

TALSMANDENS GRUPPE
 SPRECHERGRUPPE
 SPOKESMAN'S GROUP
 GROUPE DU PORTE-PAROLE
 GRUPPO DEL PORTAVOCE
 BUREAU VAN DE WOORDVOERDER

**INFORMATION
 INFORMATORISCHE AUFZEICHNUNG
 INFORMATION MEMO**

**NOTE D'INFORMATION
 NOTA D'INFORMAZIONE
 TER DOCUMENTIE**

Brussels, July 1978

RESULTS OF THE NINETEENTH ECONOMIC SURVEY AMONG EUROPEAN CONSUMERS

The nineteenth harmonized consumer survey was held in May this year. It covered about 20,000 European households in eight of the nine member countries (Luxembourg does not yet take part in the harmonized programme). The latest results show that for the Community as a whole consumers' attitudes and expectations have changed very little since the January survey: the Community confidence index moved from 111.1 in January to 111.4 in May 1978.* This conserves the moderate improvement in consumer confidence established over the past year, by comparison with the low levels that generally prevailed in the years 1974 to 1977 following the oil crisis. The stability of the confidence index in May compared to January for the Community as a whole covers somewhat diverging situations in individual Member States, notably improvements in the Federal Republic of Germany and Italy, as against deteriorations in the Netherlands and (from a high level of optimism) in the United Kingdom and Ireland, with approximate stability in other Member States.

In Denmark, consumer attitudes have shown no change since January. The replies with regard to the general economic outlook still show a fairly high degree of uncertainty (47 % of the informants expect a deterioration, compared with 45 % in January); this is partly accounted for by the fear - although it has eased a little since October 1977 and January 1978 - of increased unemployment. Attitudes with regard to purchases of durable goods remain positive. The confidence index inched down from 111.8 in January to 111.5 in May.

In the Federal Republic of Germany, the consumer confidence index rose from 112.3 in January to 116.0 in May 1978. Thus, the ground lost between the October 1977 and January 1978 surveys had been more than made good by May. The improvement is a general one on all fronts. The replies to questions on the general economic situation and the households' own financial position show a firmer state of confidence: for the first time in five years more than 85 % of informants felt that their financial situation had either shown no change or had improved in the previous 12-month period. One of the consequences of this recovery in confidence is a more favourable attitude towards purchases of durable goods, and this could well be a pointer to expanding private consumption.

* The confidence index is based on the questions given in Tables 1, 2, 6, 7 and 8 attached, which relate to the economic situation in general, the financial situation of households and the advisability of making major purchases. The replies to each question, there being six possibilities for the economic and financial questions and four for the question concerning purchases, are weighted as follows: +2, +1, 0, -1, -2, 0 for questions 1, 2, 6 and 7 and +1, 0, -1, 0 for question 8. The index represents the average of the replies aggregated in this way, but 200 is added to prevent the index from showing negative values (the weighted replies to questions 1, 2, 6 and 7 could theoretically reach a value of -200).

In France, consumers are still fairly optimistic in their personal financial expectations, particularly in comparison with the situation a year previously, but in certain other respects they were less confident in May than in January. It is probable that two factors in particular influenced this change in attitude. For one thing, many consumers fear that inflation may gather momentum : 30 % of informants expect the upward price movement to gather pace, compared with only 7 % in January; this exceptional movement, of course, reflects awareness of the price adjustments entailed in the major change in price control policy being implemented by the Government. Secondly, an increase in unemployment is expected: in January, the percentage of informants fearing more severe unemployment was 33 % , but by May the figure had climbed to 45 %. On the other hand, a larger number of informants took the view that the time was ripe to proceed with major purchases. Overall, the confidence index showed little change : 101.6 in May compared with 101.9 in January.

In Ireland, as in the United Kingdom, consumer sentiment changed from relative pessimism to optimism between May 1977 and January 1978. During this period, the confidence index rose in both countries by more than 30 %, an improvement unequalled in the other member countries. It is therefore not surprising that judgments and expectations had moderated a little by May of this year. The fall in the index from 131.9 in January to 125.6 in May in Ireland, and from 136.6 to 130.1 in the United Kingdom is accounted for by similar factors - expectations concerning unemployment and inflation. These two factors also overshadowed the personal financial expectations of households, but judgments as to the advisability of making major purchases have never been so favourable in either country. Indeed, in Ireland more than 63 % of consumers felt, in May, that the time was ripe to engage in major purchases.

Italy is the country in which the confidence index showed the sharpest improvement in the most recent survey, rising from 104.3 in January to 109.1 in May. This change is largely accounted for by an increase in optimistic replies with regard to the general economic situation and households' own financial conditions. The survey also reveals a downward tendency in the large number of consumers fearing more rapid inflation. As in most of the other member countries, unemployment remains a source of uncertainty in the minds of many Italian consumers; despite the decline in the number of consumers expecting unemployment to increase, the percentage is still high. But the improvement in confidence in Italy is undeniably a factor which could well help to increase private consumption.

In the Netherlands, the results of the May survey show an unmistakable decline in confidence among consumers, the index falling to 101.5, as compared with 106.7 in January of this year. Thus, the actual current state of consumer confidence in the Netherlands, as in Belgium, is worse than that recorded in May 1977. While not more than 10 % of informants take the view that prices are going to increase faster, as compared with 18 % in May 1977, the fear of more severe unemployment in the coming 12 months overshadows the economic outlook of Dutch consumers. The financial situation of households seems to be relatively good, but little or no improvement is expected.

In Belgium, consumers' judgments and expectations showed no major change as compared with January. General economic expectations improved only slightly in comparison with the situation at the beginning of the year, but fewer consumers (55 % compared with 69 % previously) expect the situation on the labour market to deteriorate. Another favourable factor is that no more than 5 % of consumers expect the upward price movement to gather momentum. Very few informants expect an improvement in their personal financial situation. Taking all these factors into account, the confidence index inched up to 98.0 in May from 97.8 in January.

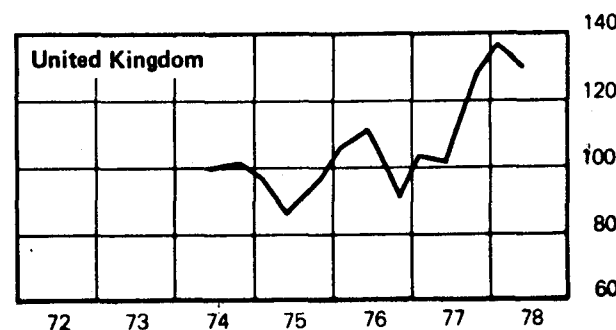
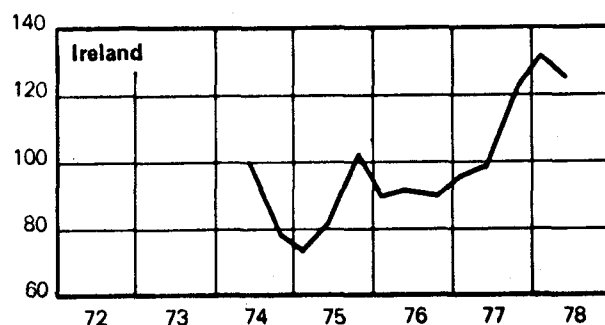
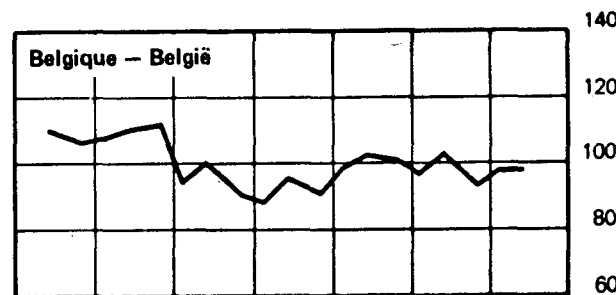
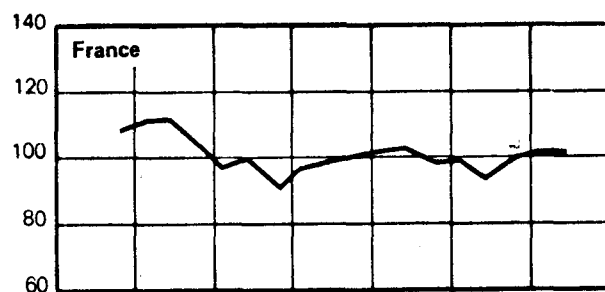
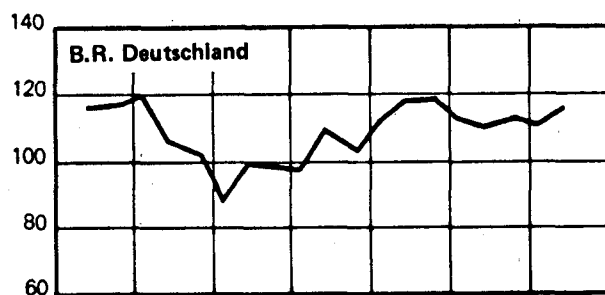
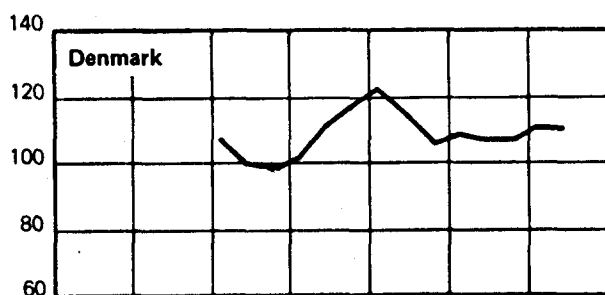
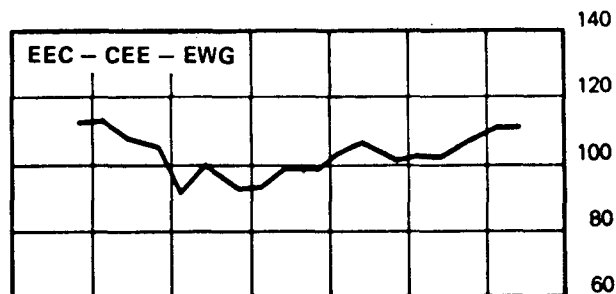
INDEX OF CONSUMER CONFIDENCE INDICE DE CONFIANCE DES CONSOMMATEURS INDEX DES VERBRAUCHERVERTRAUENS

(May/Mai 1974 = 100)

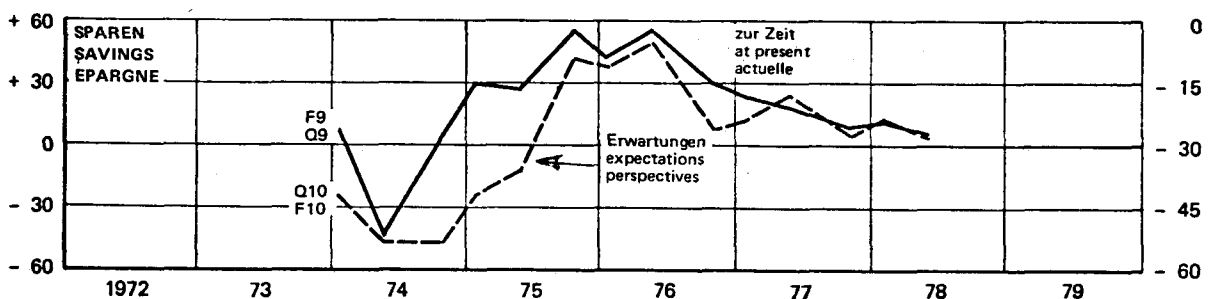
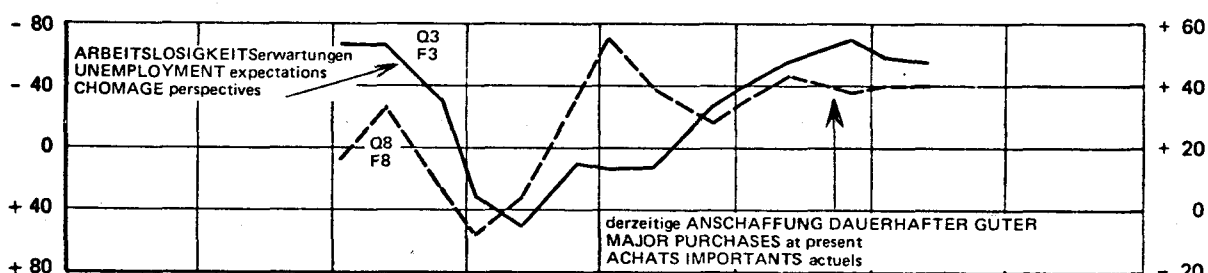
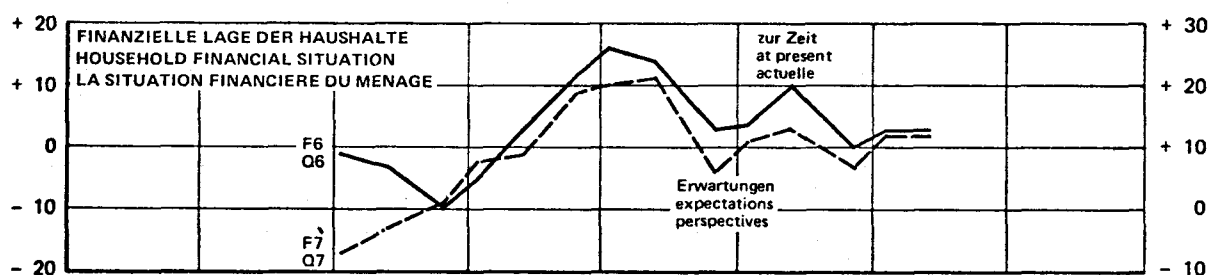
Dieser Index stellt das arithmetische Mittel der Ergebnisse von 5 Fragen dar, die die Einschätzung der Haushalte betreffen in bezug auf ihre finanzielle Lage und die allgemeine wirtschaftliche Lage sowie auf die Ratsamkeit, dauerhafte Güter anzuschaffen. Die betreffenden Fragen werden in den Tabellen 1, 2, 6, 7 und 8 dargestellt. Siehe auch Fußnote S. 1.

This index represents the arithmetic average of the results of five questions concerning households' perception of their financial situation, the economic situation in general and a question on the advisability of making major purchases. The questions involved are those set out in tables 1, 2, 6, 7 and 8. See, also, the footnote on page 1.

Cet indice représente la moyenne arithmétique de cinq questions ayant trait aux perceptions des ménages sur leur situation financière, la situation économique générale et l'opportunité de faire des achats. Ces questions sont reprises dans les tableaux 1, 2, 6, 7 et 8. Voir aussi la footnote à la page 1.



1) DANMARK MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



----- : Echelle de droite — Rechter Maßstab — Right-hand scale.
————— : Echelle de gauche — Linker Maßstab — Left-hand scale.

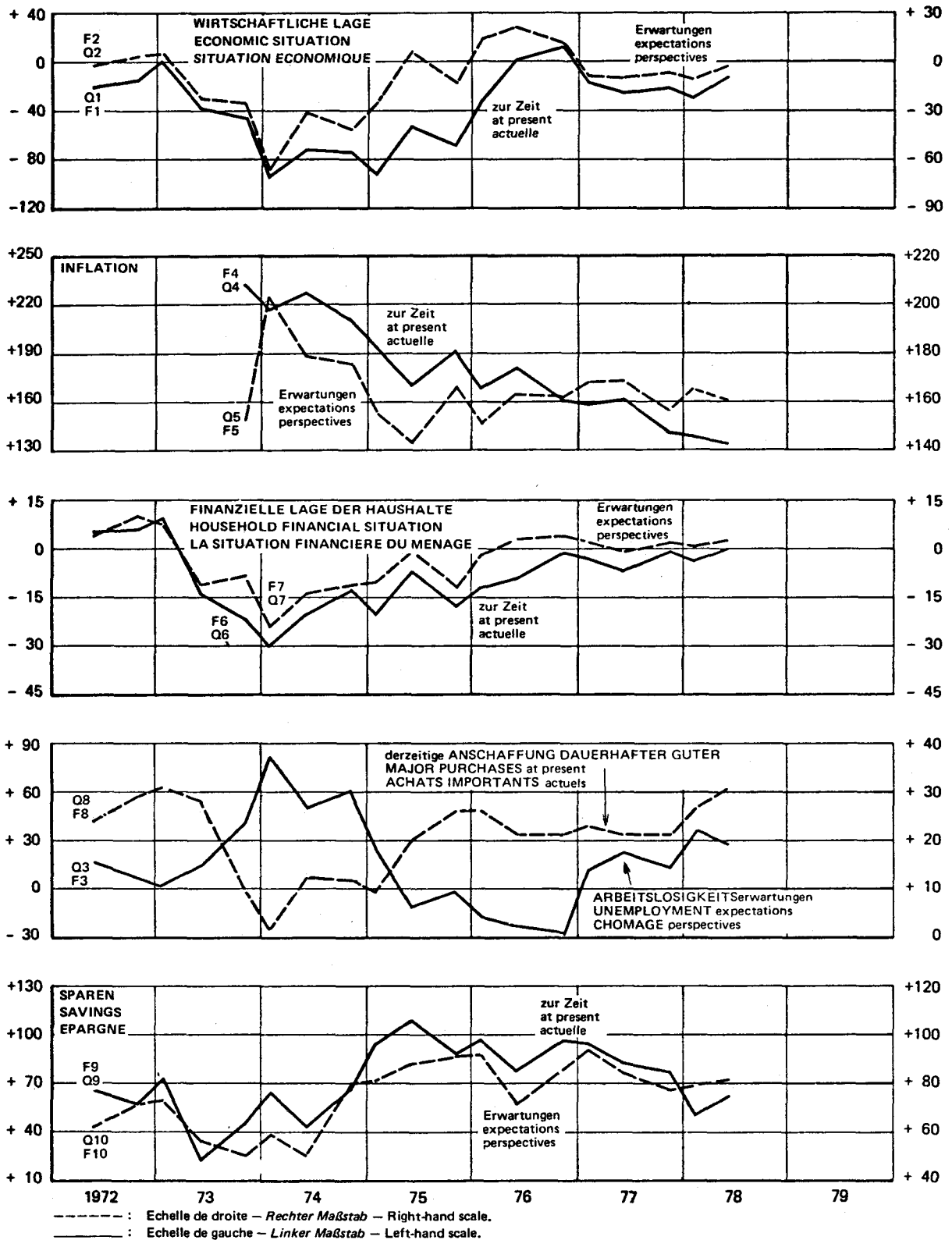
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächer) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

2) B.R. DEUTSCHLAND

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



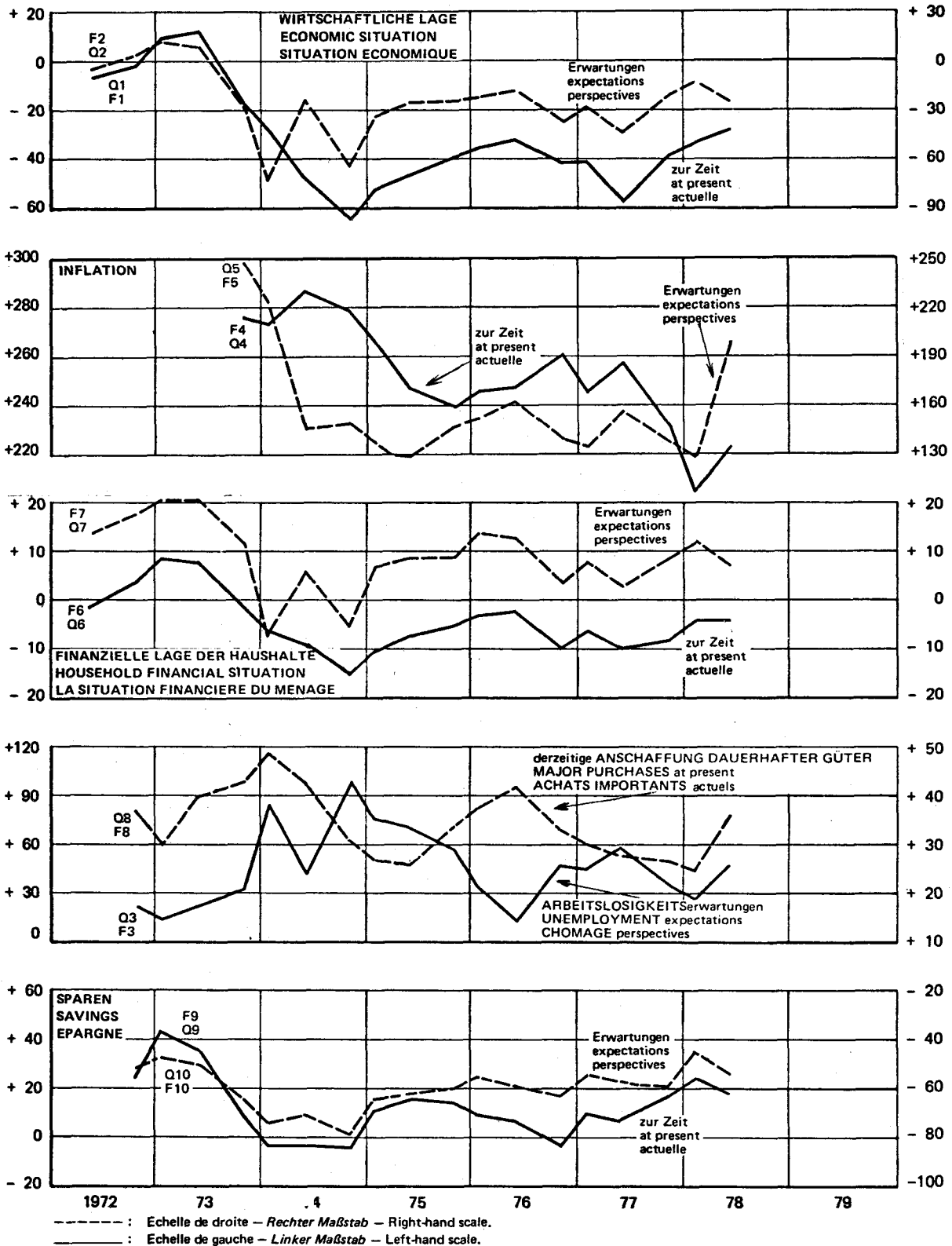
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

3) FRANCE

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



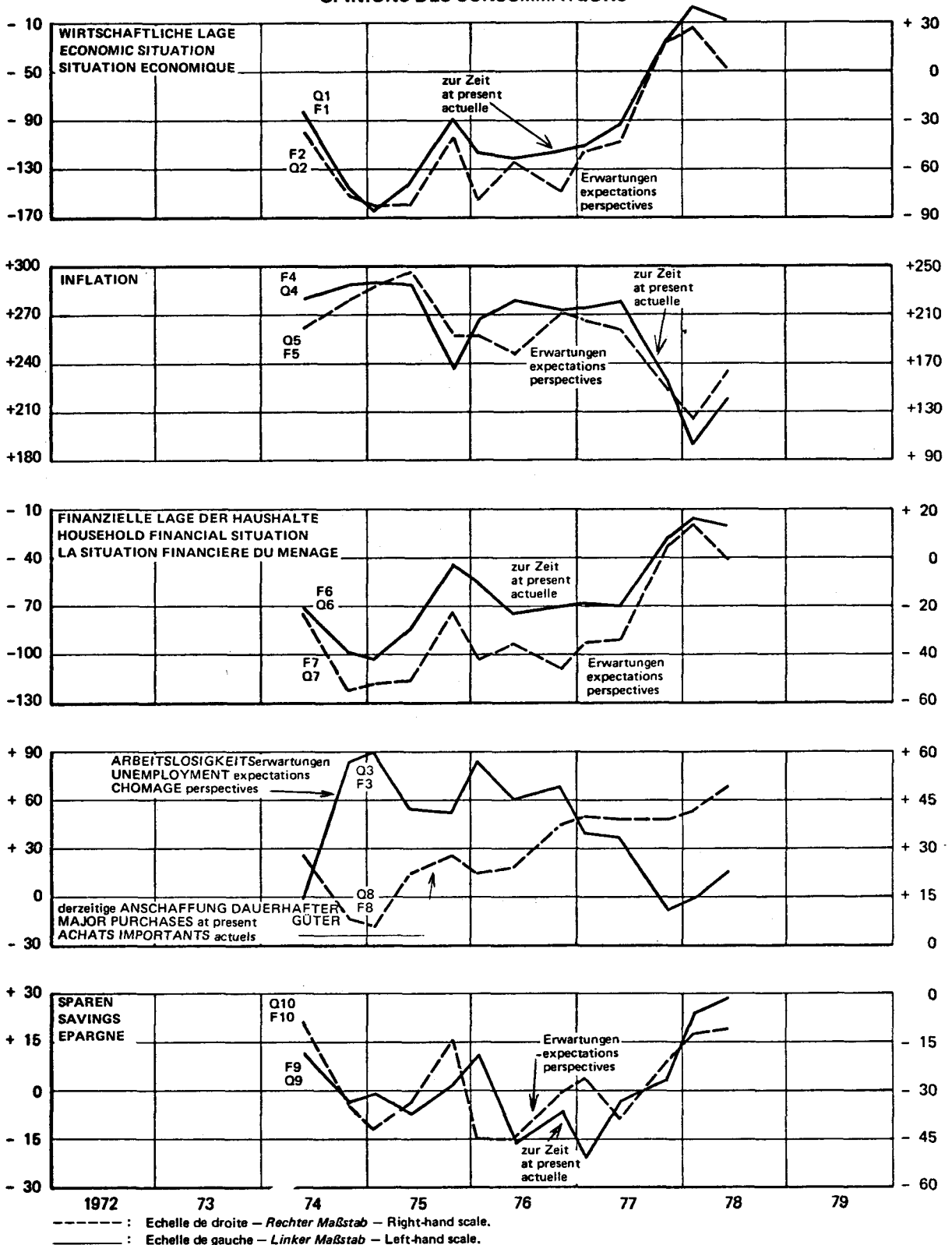
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

4) IRELAND

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS

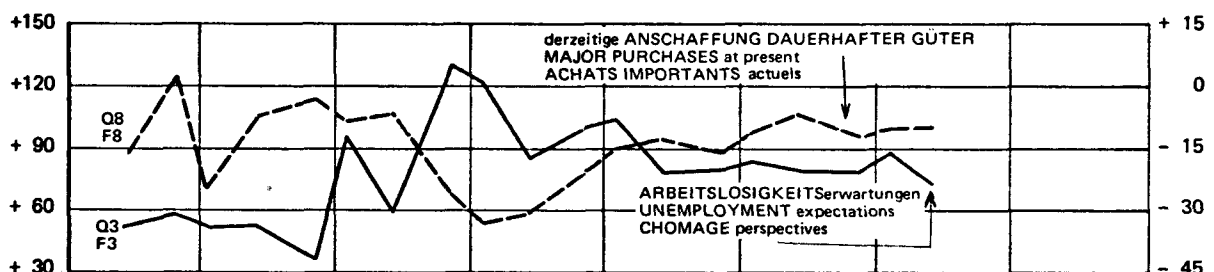
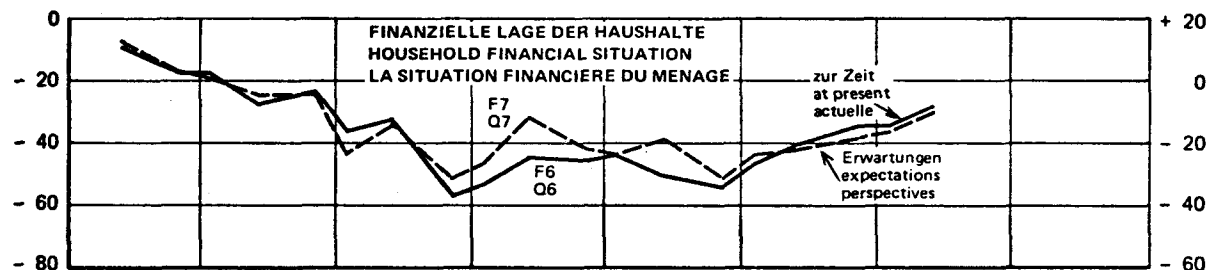
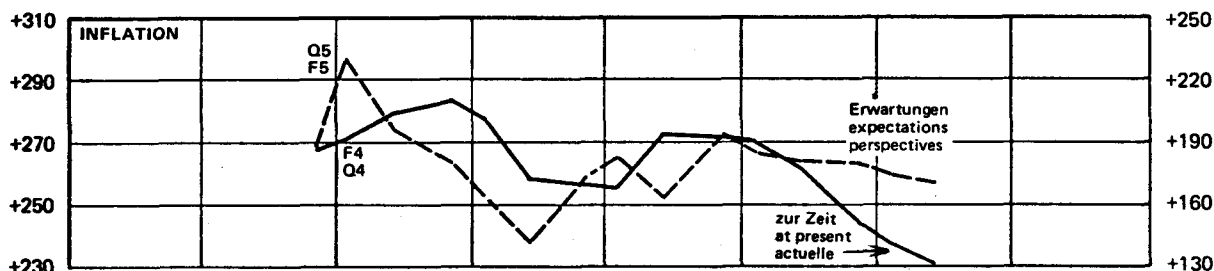
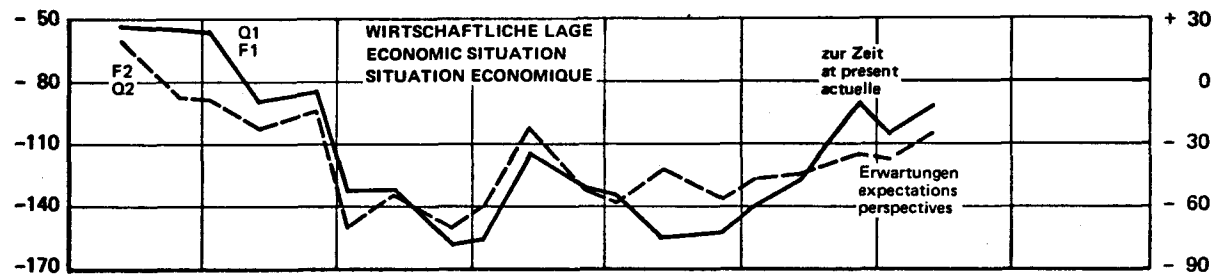


NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

5) ITALIA MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



--- : Echelle de droite — Rechter Maßstab — Right-hand scale.
— : Echelle de gauche — Linker Maßstab — Left-hand scale.

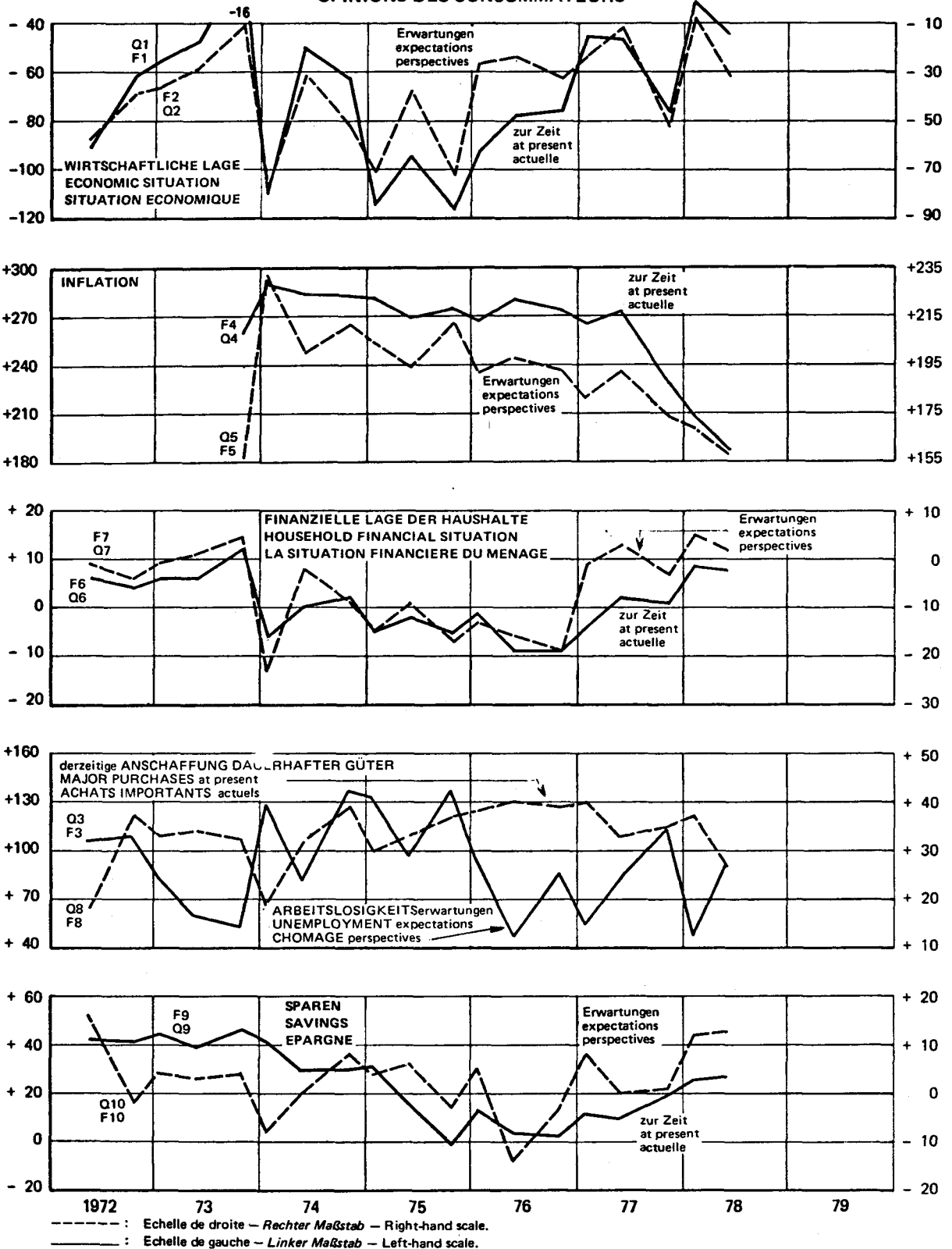
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE : courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

6) NEDERLAND

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



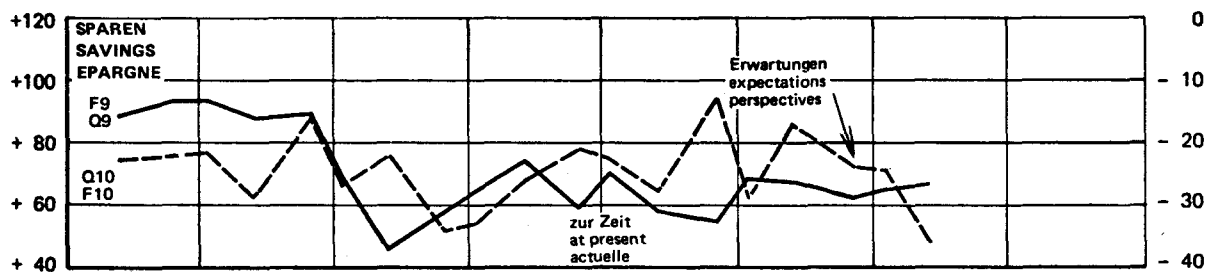
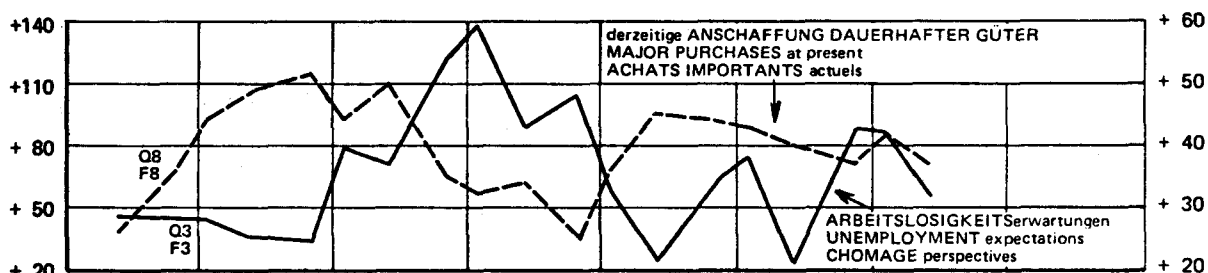
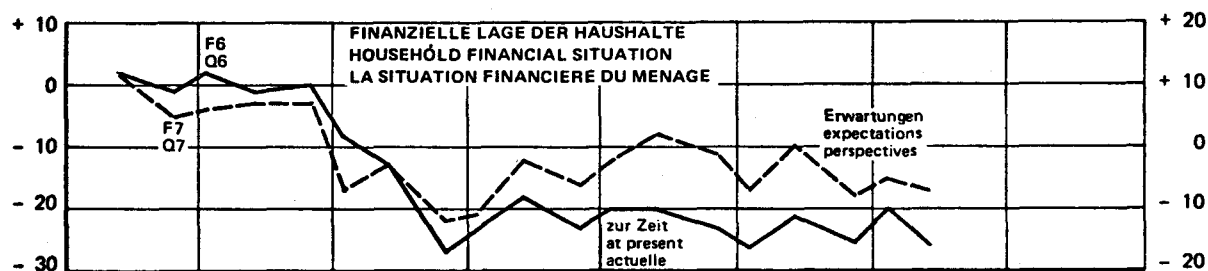
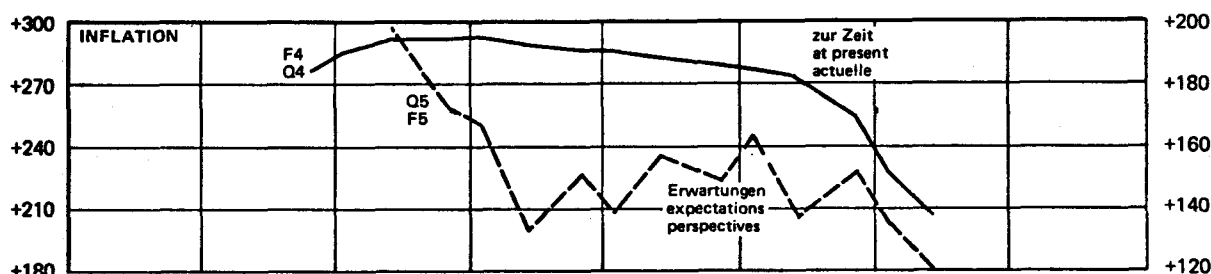
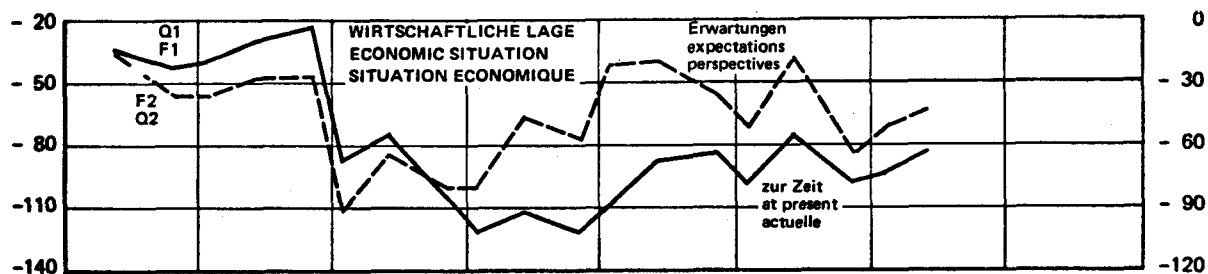
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE : courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

7) BELGIQUE - BELGIË

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



----- : Echelle de droite — Rechter Maßstab — Right-hand scale.
————— : Echelle de gauche — Linker Maßstab — Left-hand scale.

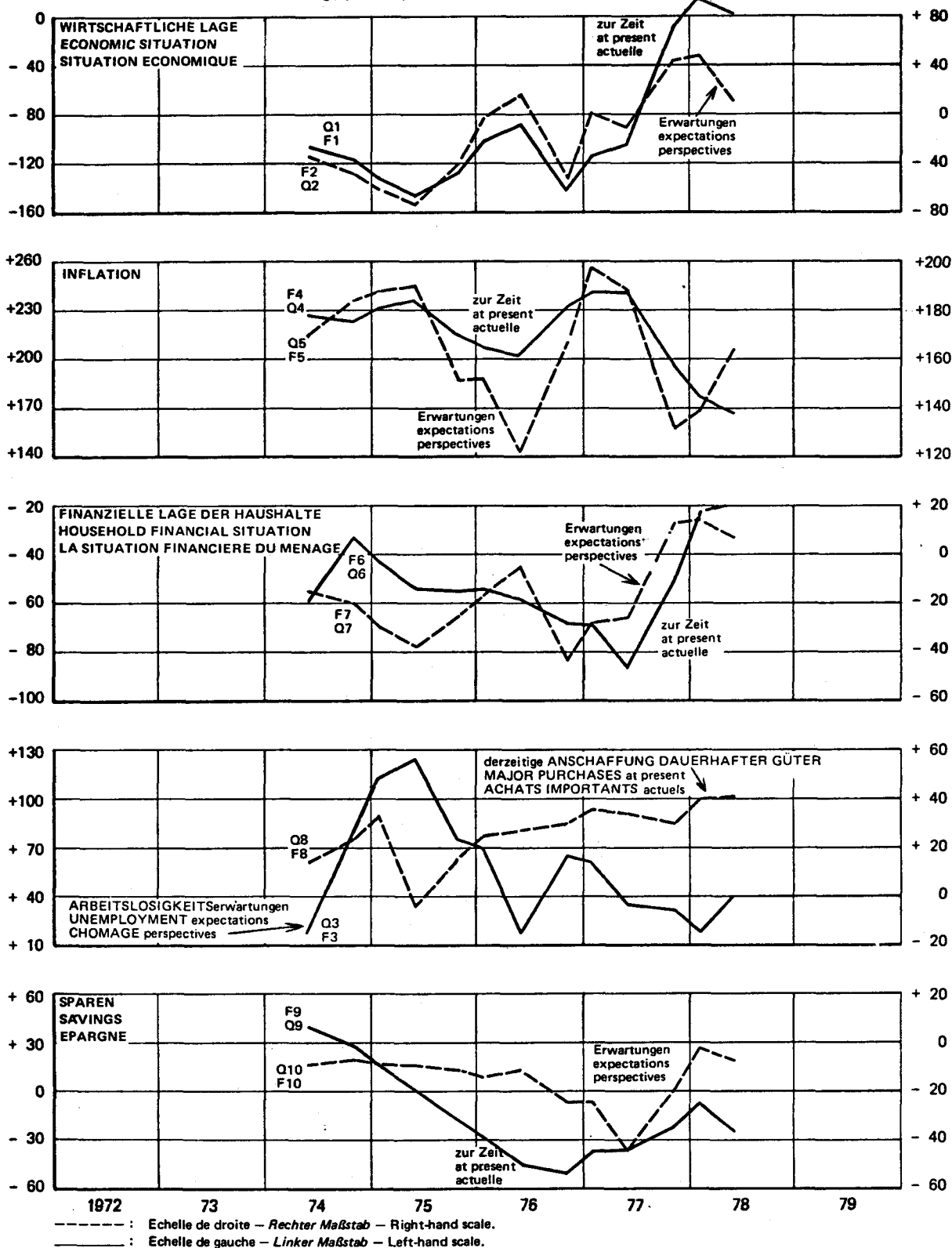
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE : courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

8) UNITED KINGDOM

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE : courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

QUESTION 1 ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
FRAGE 1 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
QUESTION 1 HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

A VOTRE AVIS, DEPUIS UN AN, LA 'SITUATION ECONOMIQUE GENERALE' DANS VOTRE PAYS S'EST:

1. NETTEMENT AMELIOREE
2. UN PEU AMELIOREE
3. EST RESTEE STATIONNAIRE
4. UN PEU DEGRADEE
5. NETTEMENT DEGRADEE
6. NE SAIT PAS

WIE HAT SICH IHRER MEINUNG NACH DIE 'ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE' IN IHREM LAND SEIT EINEM JAHR ENTWICKELT?

1. WESENTLICH VERBESSERT
2. ETWAS VERBESSERT
3. IN ETWAS GLEICHGEBLIEBEN
4. ETWAS VERSCHLECHTERT
5. WESENTLICH VERSCHLECHTERT
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE GENERAL ECONOMIC SITUATION IN THIS COUNTRY HAS CHANGED OVER THE LAST 12 MONTHS?

1. GOT A LOT BETTER
2. GOT A LITTLE BETTER
3. STAYED THE SAME
4. GOT A LITTLE WORSE
5. GOT A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	1.0	4.0	25.0	39.0	28.0	3.0	100
	OCT	77	.0	4.0	29.0	41.0	21.0	5.0	100
	JAN	78	1.0	5.0	34.0	39.0	16.0	5.0	100
	MAI	78	.0	6.0	34.0	39.0	16.0	5.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	1.0	15.9	44.6	30.1	5.9	2.5	100
	OCT	77	.6	15.5	47.2	27.6	5.0	3.7	100
	JAN	78	.5	10.2	51.2	29.9	5.5	2.7	100
	MAI	78	.7	16.4	52.1	24.5	3.3	3.1	100
FRANCE	MAI	77	2.6	13.3	27.4	31.7	22.1	2.9	100
	OCT	77	3.1	16.1	33.3	28.0	16.3	3.2	100
	JAN	78	2.4	17.5	36.4	25.5	14.9	3.3	100
	MAI	78	3.6	18.3	35.3	25.5	14.0	3.3	100
IRELAND	MAI	77	3.2	15.8	11.7	22.2	45.9	1.3	100
	OCT	77	4.6	31.9	18.3	20.6	22.9	1.6	100
	JAN	78	5.4	40.7	18.5	17.1	16.2	2.1	100
	MAI	78	5.6	35.6	18.0	20.6	17.8	2.6	100
ITALIA	MAI	77	1.2	5.2	9.6	27.8	53.4	2.8	100
	OCT	77	1.3	11.8	16.8	30.0	37.3	2.7	100
	JAN	78	1.2	6.3	15.8	33.3	40.2	3.2	100
	MAI	78	1.0	9.8	19.7	31.2	36.1	2.4	100
NEDERLAND	MAI	77	2.6	19.5	23.2	34.9	18.3	1.4	100
	OCT	77	1.7	8.6	23.2	39.6	24.8	2.1	100
	JAN	78	1.4	17.9	37.9	29.8	11.0	2.0	100
	MAI	78	1.2	14.7	33.8	34.4	13.5	2.3	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	.4	8.6	22.0	44.4	20.2	4.4	100
	OCT	77	.5	5.0	16.1	42.8	30.2	5.4	100
	JAN	78	.2	4.7	19.0	43.4	27.2	5.5	100
	MAI	78	.8	5.4	22.3	43.1	23.6	4.8	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	1.4	12.0	9.2	32.8	43.0	1.7	100
	OCT	77	7.2	36.0	13.8	21.1	18.9	2.1	100
	JAN	78	8.3	43.1	14.6	18.6	12.9	2.5	100
	MAI	78	6.5	38.2	18.9	20.4	14.5	1.4	100

EN % DU NOMBPE DE MENAGES INTERPPGES
IN % VON DEN GESAMTEN BEFFAGTEN HAUSHALTEN
IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 2 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

A VOTER AVIS, PENDANT LES 12 PROCHAINS MOIS, LA 'SITUATION ECONOMIQUE GENERALE'
 DEVRAIT:

1. S'AMELIORER NETTEMENT
2. S'AMELIORER UN PEU
3. RESTER STATIONNAIRE
4. DEVENIR UN PEU MOINS BONNE
5. DEVENIR BEAUCOUP MOINS BONNE
6. NE SAIT PAS

WIE DURFTE SICH IHRER ANSICHT NACH DIE 'ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE' IN DEN KOMMENDEN
 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. SICH WESENTLICH VERBESSERN
2. SICH ETWAS VERBESSERN
3. IT ETWAS GLEICHBLEIBEN
4. SICH ETWAS VERSCHLECHTERN
5. SICH WESENTLICH VERSCHLECHTERN
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE GENERAL ECONOMIC SITUATION IN THIS COUNTRY WILL DEVELOPE OVER
 THE NEXT 12 MONTHS?

1. GET A LOT BETTER
2. GET A LITTLE BETTER
3. STAY THE SAME
4. GET A LITTLE WORSE
5. GET A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	.0	8.0	34.0	37.0	13.0	7.0	100
	OCT 77	.0	8.0	37.0	37.0	10.0	8.0	100
	JAN 78	.0	8.0	39.0	36.0	9.0	8.0	100
	MAI 78	.0	8.0	37.0	38.0	9.0	8.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	.5	14.9	51.9	23.0	1.8	7.9	100
	OCT 77	.5	15.7	52.7	19.5	2.0	9.3	100
	JAN 78	.3	13.7	53.4	21.9	1.9	8.8	100
	MAI 78	.5	15.6	58.1	17.8	1.1	7.0	100
FRANCE	MAI 77	.6	10.7	33.6	29.3	12.7	13.0	100
	OCT 77	.9	14.7	39.6	21.8	7.5	15.6	100
	JAN 78	.7	15.1	39.1	17.0	5.5	22.6	100
	MAI 78	1.1	16.6	37.0	23.9	10.1	11.3	100
IRELAND	MAI 77	2.0	21.8	24.6	20.6	24.0	7.1	100
	OCT 77	4.6	40.7	24.2	13.4	8.8	8.3	100
	JAN 78	4.5	43.2	24.9	12.5	6.5	8.4	100
	MAI 78	2.5	34.2	27.4	18.3	10.0	7.6	100
ITALIA	MAI 77	2.8	17.3	24.7	25.8	20.6	8.8	100
	OCT 77	1.8	19.0	29.6	25.3	15.7	8.6	100
	JAN 78	2.5	17.0	27.1	26.6	16.3	10.5	100
	MAI 78	3.2	20.1	29.0	25.1	13.0	9.6	100
NEDERLAND	MAI 77	1.3	25.1	33.1	27.8	6.3	6.5	100
	OCT 77	.5	11.0	30.5	41.8	12.1	4.0	100
	JAN 78	1.6	25.9	36.3	25.9	5.5	4.8	100
	MAI 78	.7	18.1	33.1	35.1	7.5	5.7	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	.3	17.7	37.4	28.2	4.4	11.9	100
	OCT 77	.3	6.7	26.7	40.5	15.2	10.6	100
	JAN 78	.2	8.3	33.7	35.7	11.4	10.7	100
	MAI 78	.2	9.2	36.7	34.3	9.3	10.4	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	3.6	31.4	24.5	19.1	15.3	6.1	100
	OCT 77	11.1	43.7	22.1	10.0	6.2	6.9	100
	JAN 78	12.2	43.4	20.7	11.0	5.1	7.6	100
	MAI 78	5.3	32.4	30.1	19.5	6.7	6.0	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 3 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

A VOTRE AVIS, AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS, LE CHOMAGE:

1. AUGMENTERA BEAUCOUP
2. AUGMENTERA UN PEU
3. RESTERA STABLE
4. DIMINUERA UN PEU
5. DIMINUERA BEAUCOUP
6. NE SAIT PAS

WIE WIRD SICH IHRER ANSICHT NACH DIE ARBEITSLOSIGKEIT IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. STARK ZUNEHMEN
2. ETWAS ZUNEHMEN
3. GLEICHBLEIBEN
4. ETWAS ABNEHMEN
5. STARK ABNEHMEN
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE LEVEL OF UNEMPLOYMENT IN THE COUNTRY WILL CHANGE OVER THE NEXT 12 MONTHS?

1. INCREASE SHARPLY
2. INCREASE SLIGHTLY
3. REMAIN THE SAME
4. FALL SLIGHTLY
5. FALL SHARPLY
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	13.0	38.0	36.0	8.0	.0	4.0	100
	OCT 77	15.0	45.0	30.0	5.0	.0	5.0	100
	JAN 78	12.0	42.0	34.0	8.0	.0	4.0	100
	MAI 78	10.0	41.0	36.0	8.0	.0	5.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	7.6	27.6	37.3	17.0	2.0	8.5	100
	OCT 77	6.3	25.0	37.7	19.5	2.4	8.3	100
	JAN 78	8.7	33.6	35.5	12.9	1.6	7.7	100
	MAI 78	6.3	32.5	38.5	13.9	1.5	7.4	100
FRANCE	MAI 77	17.8	32.2	26.6	9.1	.8	13.5	100
	OCT 77	11.7	26.4	31.3	14.3	.7	15.4	100
	JAN 78	9.0	23.5	33.1	14.5	.8	19.1	100
	MAI 78	15.0	30.4	29.5	10.2	.7	14.2	100
IRELAND	MAI 77	15.8	30.9	20.4	23.3	1.3	8.4	100
	OCT 77	5.8	23.4	21.8	38.1	1.8	9.0	100
	JAN 78	4.9	25.7	25.1	32.4	2.2	9.7	100
	MAI 78	9.1	30.8	21.5	29.4	1.7	7.4	100
ITALIA	MAI 77	27.7	31.9	20.9	7.7	.5	11.3	100
	OCT 77	27.5	35.1	17.7	10.3	.4	9.0	100
	JAN 78	29.5	36.7	17.8	6.4	.2	9.4	100
	MAI 78	23.9	36.6	21.3	9.7	.6	8.0	100
NEDERLAND	MAI 77	23.9	44.3	19.5	8.6	.2	3.5	100
	OCT 77	36.3	45.7	10.4	4.3	.5	2.8	100
	JAN 78	13.5	37.9	26.5	17.0	.6	4.5	100
	MAI 78	27.0	45.7	15.7	7.7	.6	3.3	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	6.1	29.1	32.2	20.0	.2	12.5	100
	OCT 77	23.2	48.0	15.2	5.5	.1	8.1	100
	JAN 78	23.3	45.4	16.0	5.6	.2	9.5	100
	MAI 78	13.3	41.2	25.1	10.8	.4	9.2	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	10.2	37.8	23.8	20.8	1.4	6.0	100
	OCT 77	8.9	37.2	25.5	22.1	1.1	5.3	100
	JAN 78	6.9	33.5	26.1	25.9	1.0	6.6	100
	MAI 78	12.0	38.2	24.3	20.1	1.2	4.0	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

15

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 4 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

TROUVEZ-VOUS QUE, DEPUIS 12 MOIS, LES PRIX ONT:

1. BEAUCOUP AUGMENTE
2. MOYENNEMENT AUGMENTE
3. UN PEU AUGMENTE
4. PEU VARIE
5. LEGEREMENT DIMINUE
6. NE SAIT PAS

WIE HABEN SICH IHRER ANSICHT NACH DIE PREISE IN DEN LETZEN 12 MONATEN ENTWICKELT?

1. STARKER ANSTIEG
2. MITTLERER ANSTIEG
3. SCHWACHER ANSTIEG
4. IN ETWA GLEICHGEBLIEBEN
5. RUCKGANG
6. WEISS NICHT

COMPARED TO WHAT THEY WERE 12 MONTHS AGO, DO YOU THINK THAT PRICES IN GENERAL ARE NOW

1. MUCH HIGHER
2. MODERATELY HIGHER
3. A LITTLE HIGHER
4. ABOUT THE SAME
5. LOWER
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	46.0	32.0	18.0	4.0	.0	.0	100
	OCT 77	37.0	37.0	20.0	4.0	.0	1.0	100
	JAN 78	34.0	39.0	22.0	5.0	.0	.0	100
	MAI 78	30.0	36.0	27.0	6.0	1.0	.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	16.6	36.1	40.5	5.1	.8	.9	100
	OCT 77	11.2	31.2	44.8	9.6	1.1	1.9	100
	JAN 78	8.6	32.6	47.8	8.8	.8	1.4	100
	MAI 78	7.6	31.4	49.5	9.1	1.3	1.1	100
FRANCE	MAI 77	67.9	22.7	7.7	.9	.1	.7	100
	OCT 77	52.1	30.6	13.4	2.9	.2	.8	100
	JAN 78	37.8	35.8	19.3	5.5	.5	1.1	100
	MAI 78	46.8	34.5	14.8	3.1	.1	.7	100
IRELAND	MAI 77	84.6	10.5	4.0	.6	.1	.2	100
	OCT 77	58.5	19.6	15.0	5.4	1.1	.4	100
	JAN 78	41.9	22.5	22.7	10.9	2.0	.0	100
	MAI 78	49.8	26.4	17.0	5.3	.9	.6	100
ITALIA	MAI 77	68.8	25.2	4.0	.8	.2	1.0	100
	OCT 77	56.0	34.2	7.6	1.6	.0	.6	100
	JAN 78	53.5	33.9	9.2	2.1	.2	1.1	100
	MAI 78	48.6	37.5	10.6	2.4	.0	.8	100
NEDERLAND	MAI 77	74.7	23.2	1.6	.2	.0	.3	100
	OCT 77	43.4	44.3	9.4	2.3	.1	.6	100
	JAN 78	31.4	51.2	12.0	4.5	.4	.5	100
	MAI 78	23.8	48.3	19.4	7.4	.3	.8	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	79.7	15.3	3.5	.9	.2	.5	100
	OCT 77	65.4	26.3	6.0	1.2	.1	.9	100
	JAN 78	47.8	36.6	11.2	3.2	.2	1.0	100
	MAI 78	40.0	34.9	17.5	5.4	.4	1.5	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	53.6	36.2	8.2	.7	.4	.8	100
	OCT 77	32.9	40.1	20.3	4.1	1.6	.8	100
	JAN 78	24.4	39.7	26.8	6.1	1.9	1.1	100
	MAI 78	20.6	37.0	33.5	7.2	1.2	.4	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERPOGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 5 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

PAR RAPPORT A CE QUI SE PASSE ACTUELLEMENT, PENSEZ-VOUS QUE DANS LES 12 MOIS
 QUI VIENNENT:

1. IL Y AURA UNE HAUSSE DES PRIX PLUS RAPIDE
2. IL Y AURA UNE HAUSSE DES PRIX AUSSI RAPIDE
3. IL Y AURA UNE HAUSSE DES PRIX MOINS RAPIDE
4. LES PRIX RESTERONT STATIONNAIRES
5. LES PRIX VONT LEGEREMENT DIMINUER
6. NE SAIT PAS

WIE WERDEN SICH IHRER ANSICHT NACH DIE PREISE IN DEN NACHSTEN 12 MONATEN
 ENTWICKELN?

1. STARKER ALS BISHER STEIGEN
2. ETWA IN GLEICHEM MASSE WIE BISHER STEIGEN
3. WENIGER STARK ALS BISHER STEIGEN
4. IN ETWA GLEICHBLEIBEN
5. ZURUCKGEHEN
6. WEISS NICHT

BY COMPARISON WITH WHAT IS HAPPENING NOW, DO YOU CONSIDER THAT IN THE NEXT
 12 MONTHS?

1. THERE WILL BE A MORE RAPID INCREASE IN PRICES
2. PRICES WILL INCREASE AT THE SAME RATE
3. PRICES WILL INCREASE AT A SLOWER RATE
4. PRICES WILL BE STABLE
5. PRICES WILL FALL SLIGHTLY
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77		26.0	39.0	27.0	6.0	.0	3.0	100
	OCT 77		16.0	38.0	32.0	9.0	.0	4.0	100
	JAN 78		14.0	37.0	36.0	9.0	.0	4.0	100
	MAI 78		14.0	36.0	39.0	7.0	.0	4.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77		8.4	64.3	15.8	6.7	1.0	3.8	100
	OCT 77		5.8	62.2	15.7	10.0	1.1	4.8	100
	JAN 78		7.0	65.8	13.8	8.0	.9	4.5	100
	MAI 78		5.7	64.4	15.9	9.8	1.0	3.3	100
FRANCE	MAI 77		9.4	53.1	21.3	6.5	.2	9.6	100
	OCT 77		5.9	47.2	25.0	10.4	.7	10.8	100
	JAN 78		6.7	44.7	19.6	12.4	.4	16.2	100
	MAI 78		30.3	49.0	9.9	4.0	.1	6.7	100
IRELAND	MAI 77		33.9	39.1	18.8	4.2	1.2	2.8	100
	OCT 77		14.1	31.9	31.8	11.9	4.5	5.8	100
	JAN 78		12.5	28.9	33.8	13.3	4.6	6.9	100
	MAI 78		18.2	40.5	28.5	8.2	1.0	3.7	100
ITALIA	MAI 77		28.2	39.5	16.9	7.5	.6	7.4	100
	OCT 77		27.3	39.3	19.0	7.8	.5	6.0	100
	JAN 78		24.7	42.6	15.7	8.9	.6	7.5	100
	MAI 78		22.1	44.7	15.7	10.0	.6	6.8	100
NEDERLAND	MAI 77		18.3	61.0	15.6	2.6	.2	2.3	100
	OCT 77		13.2	56.7	20.8	6.6	.3	2.3	100
	JAN 78		11.7	56.3	22.0	6.7	.9	2.3	100
	MAI 78		10.1	53.2	22.0	10.7	.4	3.6	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77		5.9	40.9	37.6	7.5	.5	7.7	100
	OCT 77		9.8	47.0	29.0	6.9	.5	6.9	100
	JAN 78		5.8	43.1	31.4	11.4	.3	8.0	100
	MAI 78		4.8	34.8	37.7	14.2	.8	7.7	100
UNITED KINGDOM	MAI 77		26.0	42.5	25.2	2.8	.9	2.6	100
	OCT 77		10.5	31.2	42.4	9.2	3.6	3.0	100
	JAN 78		12.9	30.7	42.2	7.9	3.3	3.0	100
	MAI 78		16.1	43.2	30.6	6.9	1.2	2.1	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 6 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, LA SITUATION FINANCIERE DE VOTRE MENAGE:

1. S'EST NETTEMENT AMELIOREE
2. S'EST UN PEU AMELIOREE
3. EST RESTEE STATIONNAIRE
4. EST DEVENUE UN PEU MOINS BONNE
5. EST DEVENUE BEAUCOUP MOINS BONNE
6. NE SAIT PAS

WIE HAT SICH DIE FINANZIELLE LAGE IHRES HAUSHALTS IN DEN LETZTEN ZWOLF MONATEN ENTWICKELN?

1. HAT SICH WESENTLICH VERBESSERT
2. HAT SICH ETWAS VERBESSERT
3. IN ETWA GLEICHGEBLIEBEN
4. HAT SICH ETWAS VERSCHLECHTERT
5. HAT SICH WESENTLICH VERSCHLECHTERT
6. WEISS NICHT

HOW DOES THE FINANCIAL SITUATION OF YOUR HOUSEHOLD NOW COMPARE WITH WHAT IT WAS 12 MONTHS AGO?

1. GOT A LOT BETTER
2. GOT A LITTLE BETTER
3. STAYED THE SAME
4. GOT A LITTLE WORSE
5. GOT A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77		6.0	20.0	57.0	12.0	5.0	1.0	100
	OCT 77		5.0	16.0	58.0	16.0	5.0	1.0	100
	JAN 78		6.0	18.0	56.0	14.0	5.0	1.0	100
	MAI 78		5.0	17.0	58.0	16.0	4.0	1.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77		1.5	10.7	68.4	15.5	2.7	1.1	100
	OCT 77		1.5	14.3	66.3	13.0	2.7	1.9	100
	JAN 78		1.4	13.1	67.7	13.6	2.9	1.3	100
	MAI 78		1.4	13.1	70.7	11.7	2.1	.9	100
FRANCE	MAI 77		1.8	13.0	63.7	15.7	5.3	.5	100
	OCT 77		1.8	13.6	64.3	14.9	4.9	.5	100
	JAN 78		2.1	15.0	63.5	13.7	4.8	.9	100
	MAI 78		2.0	14.7	64.2	13.9	4.5	.7	100
IRELAND	MAI 77		1.9	13.0	28.4	25.1	30.9	.8	100
	OCT 77		2.9	21.7	35.1	23.6	15.6	1.1	100
	JAN 78		3.2	24.2	38.3	19.8	12.9	1.6	100
	MAI 78		3.1	25.3	34.2	21.9	14.6	.9	100
ITALIA	MAI 77		.6	7.1	52.3	29.3	9.5	1.4	100
	OCT 77		.8	8.6	53.7	27.3	8.6	1.0	100
	JAN 78		1.0	8.4	54.3	25.7	9.2	1.4	100
	MAI 78		1.3	9.2	55.6	25.7	7.0	1.2	100
NEDERLAND	MAI 77		5.8	17.8	52.7	18.6	4.3	.8	100
	OCT 77		4.3	17.5	56.6	16.4	4.2	1.0	100
	JAN 78		5.2	19.2	57.0	14.5	3.3	.8	100
	MAI 78		5.3	18.4	57.9	14.2	3.3	1.0	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77		1.5	10.3	58.1	24.2	5.0	.8	100
	OCT 77		1.4	9.0	57.2	24.3	6.3	1.7	100
	JAN 78		1.3	9.9	60.5	22.2	5.2	.9	100
	MAI 78		1.3	8.1	59.3	23.8	6.3	1.2	100
UNITED KINGDOM	MAI 77		2.3	8.3	22.0	33.6	32.5	1.4	100
	OCT 77		4.0	13.9	31.1	28.6	21.4	.9	100
	JAN 78		5.8	19.9	32.9	25.9	14.3	1.2	100
	MAI 78		5.8	20.7	34.3	25.0	13.2	.9	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 7 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

A VOTRE AVIS, AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS, LA SITUATION FINANCIERE DE VOTRE MENAGE DEVRAIT-ELLE?

1. S'AMELIORER NETTEMENT
2. S'AMELIORER UN PEU
3. RESTER STATIONNAIRE
4. DEVENIR UN PEU MOINS BONNE
5. DEVENIR BEAUCOUP MOINS BONNE
6. NE SAIT PAS

WIE DURFTE SICH IHRER ANSICHT NACH DIE FINANZIELLE LAGE IHRES HAUSHALTS IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. SICH WESENTLICH VERBESSERN
2. SICH ETWAS VERBESSERN
3. IT ETWAS GLEICHBLEIBEN
4. SICH ETWAS VERSCHLECHTERN
5. SICH WESENTLICH VERSCHLECHTERN
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE FINANCIAL POSITION OF YOUR HOUSEHOLD WILL CHANGE OVER THE NEXT 12 MONTHS?

1. GET A LOT BETTER
2. GET A LITTLE BETTER
3. STAY THE SAME
4. GET A LITTLE WORSE
5. GET A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77		4.0	20.0	57.0	11.0	2.0	6.0	100
	OCT 77		3.0	17.0	59.0	12.0	2.0	6.0	100
	JAN 78		4.0	19.0	58.0	11.0	2.0	6.0	100
	MAI 78		4.0	18.0	60.0	11.0	2.0	5.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77		1.3	11.0	69.3	11.6	1.3	5.3	100
	OCT 77		.9	12.4	70.2	10.1	1.2	4.9	100
	JAN 78		.9	11.9	70.9	10.2	1.5	4.6	100
	MAI 78		.8	12.0	73.6	9.1	1.0	3.6	100
FRANCE	MAI 77		1.6	16.7	61.8	11.6	2.6	5.7	100
	OCT 77		1.7	18.3	62.2	9.7	1.7	6.4	100
	JAN 78		2.0	18.9	61.6	8.0	1.5	8.0	100
	MAI 78		1.9	18.0	61.4	10.6	2.1	6.0	100
IRELAND	MAI 77		1.5	18.6	35.2	20.0	17.9	6.9	100
	OCT 77		2.2	28.9	39.7	13.9	7.2	8.2	100
	JAN 78		2.4	30.9	41.1	12.1	4.8	8.7	100
	MAI 78		2.4	26.8	40.5	16.4	8.3	5.6	100
ITALIA	MAI 77		.6	8.2	56.6	20.7	4.8	9.1	100
	OCT 77		.5	9.0	58.8	19.0	4.3	8.3	100
	JAN 78		.4	8.4	59.6	18.2	3.6	9.8	100
	MAI 78		.9	10.4	60.0	16.1	2.8	9.8	100
NEDERLAND	MAI 77		3.0	17.4	58.9	15.6	2.4	2.8	100
	OCT 77		2.8	13.6	61.1	18.1	1.9	2.5	100
	JAN 78		2.7	18.1	60.6	13.1	2.6	2.9	100
	MAI 78		2.3	14.9	63.3	14.1	1.6	3.9	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77		.8	12.3	67.2	12.2	1.0	6.4	100
	OCT 77		1.0	9.4	65.7	15.7	1.7	6.5	100
	JAN 78		.5	10.8	67.4	13.4	1.5	6.4	100
	MAI 78		.9	9.2	67.3	14.7	1.8	6.0	100
UNITED KINGDOM	MAI 77		2.5	20.1	34.4	24.5	13.3	5.1	100
	OCT 77		4.9	29.1	40.6	14.2	5.7	5.4	100
	JAN 78		5.1	27.6	40.6	14.7	4.7	7.3	100
	MAI 78		4.8	24.8	43.2	17.0	5.0	5.2	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 8 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

PENSEZ-VOUS QUE LES GENS AIENT INTERET A FAIRE ACTUELLEMENT DES ACHATS IMPORTANTS (MEUBLES, MACHINES A LAVER, TELEVISION, ETC.)?

1. OUI, LE MOMENT EST PLUTOT FAVORABLE
2. LE MOMENT N'EST PARTICULIEREMENT NI FAVORABLE, NI DEFAVORABLE
3. NON, LE MOMENT EST PLUTOT DEFAVORABLE, IL FAUDRAIT REPORTER L'ACHAT
4. NE SAIT PAS

GLAUBEN SIE, DASS ES ZUR ZEIT RATSAM IST, GROSSERE ANSCHAFFUNGEN (MOBEL, WASCHMASCHINEN, FERNSEHGERATE USW.) ZU TATIGEN?

1. JA, DER AUGENBLICK IST EHER GUNSTIG
2. DER AUGENBLICK IST WEDER BESONDERS GUNSTIG NOCH BESONDERS UNGUNSTIG
3. NEIN, DER AUGENBLICK IST EHER UNGUNSTIG; ES IST BESSER, DEN KAUF AUFZUSCHIEBEN
4. WEISS NICHT

DO YOU THINK THAT THERE IS AN ADVANTAGE FOR PEOPLE TO MAKE MAJOR PURCHASES (FURNITURE, WASHING MACHINES, TV SETS, ETC.) AT THE PRESENT TIME?

1. YES, NOW IS THE RIGHT TIME
2. IT IS NEITHER THE RIGHT TIME NOR THE WRONG TIME
3. NO, IT IS THE WRONG TIME, THE PURCHASE SHOULD BE POSTPONED
4. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	60.0	16.0	17.0	7.0	100
	OCT	77	55.0	19.0	17.0	9.0	100
	JAN	78	56.0	19.0	16.0	9.0	100
	MAI	78	57.0	18.0	17.0	9.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	31.4	47.6	10.3	10.5	100
	OCT	77	33.1	42.3	12.4	11.9	100
	JAN	78	37.7	39.5	11.2	11.6	100
	MAI	78	39.9	40.8	9.4	9.9	100
FRANCE	MAI	77	46.0	25.6	18.3	10.0	100
	OCT	77	44.8	25.8	17.7	11.7	100
	JAN	78	43.8	26.2	18.8	11.2	100
	MAI	78	49.4	25.5	13.7	11.4	100
IRELAND	MAI	77	60.7	11.5	21.6	6.1	100
	OCT	77	57.2	15.1	18.5	9.2	100
	JAN	78	59.4	13.7	17.3	9.6	100
	MAI	78	63.2	15.0	14.7	7.2	100
ITALIA	MAI	77	25.1	26.3	31.6	17.0	100
	OCT	77	21.0	29.5	33.0	16.5	100
	JAN	78	22.7	28.1	32.3	16.9	100
	MAI	78	20.6	31.2	30.3	17.9	100
NEDERLAND	MAI	77	48.2	32.6	14.9	4.3	100
	OCT	77	47.6	34.3	12.9	5.2	100
	JAN	78	47.7	36.8	11.0	4.5	100
	MAI	78	40.2	39.2	12.9	7.8	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	54.4	17.3	14.0	14.3	100
	OCT	77	52.4	18.5	15.3	13.8	100
	JAN	78	54.4	17.8	12.2	15.6	100
	MAI	78	51.0	18.3	13.7	17.0	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	53.7	20.0	20.1	6.2	100
	OCT	77	50.4	24.3	20.1	5.1	100
	JAN	78	53.3	26.2	13.1	7.4	100
	MAI	78	53.5	29.0	12.6	4.9	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 9 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

EN CONSIDERANT LA SITUATION ECONOMIQUE GENERALE, ESTIMEZ-VOUS QU'IL SOIT RAISONNABLE D'EPARGNER?

1. OUI, CERTAINEMENT
2. OUI, PEUT-ETRE
3. SANS DOUTE QUE NON
4. CERTAINEMENT PAS
5. NE SAIT PAS

GLAUBEN SIE, DASS EN IN ANBETRACHT DER ALLGEMEIN WIRTSCHAFTSLAGE SINNVOLL IST, ZU SPAREN?

1. JA, GEWISS
2. JA, VIELLEICHT
3. WAHRSCHEINLICH NICHT
4. GEWISS NICHT
5. WEISS NICHT

IN VIEW OF THE GENERAL ECONOMIC SITUATION AT THE PRESENT TIME, DO YOU THINK THAT THIS IS A REASONABLE TIME TO SAVE?

1. YES, CERTAINLY
2. YES, PERHAPS
3. PROBABLY NOT
4. CERTAINLY NOT
5. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	37.0	16.0	16.0	28.0	2.0	100
	OCT	77	34.0	18.0	15.0	31.0	2.0	100
	JAN	78	35.0	16.0	17.0	28.0	4.0	100
	MAI	78	34.0	16.0	14.0	32.0	3.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	41.9	28.4	17.2	6.6	5.0	100
	OCT	77	39.1	29.7	17.7	7.3	6.1	100
	JAN	78	34.9	26.9	22.5	11.5	4.2	100
	MAI	78	36.4	27.6	18.7	9.3	8.0	100
FRANCE	MAI	77	25.3	25.7	18.0	25.6	5.4	100
	OCT	77	27.9	25.6	17.5	23.5	5.4	100
	JAN	78	29.3	26.0	17.4	21.4	5.9	100
	MAI	78	27.6	26.0	18.0	22.6	5.8	100
IRELAND	MAI	77	24.5	25.7	18.0	29.9	1.9	100
	OCT	77	24.4	27.7	17.9	27.2	2.8	100
	JAN	78	28.3	29.7	16.5	22.8	2.7	100
	MAI	78	27.4	33.0	15.1	21.8	2.8	100
ITALIA	MAI	77	23.9	18.4	20.0	24.5	13.3	100
	OCT	77	28.1	18.7	17.7	23.4	12.1	100
	JAN	78	26.8	19.5	17.8	23.0	12.9	100
	MAI	78	28.4	18.4	18.9	21.6	12.7	100
NEDERLAND	MAI	77	33.8	17.7	18.0	29.2	1.4	100
	OCT	77	35.5	18.8	18.2	26.4	1.1	100
	JAN	78	37.0	18.3	19.4	24.2	1.1	100
	MAI	78	37.6	18.8	18.3	24.5	.8	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	45.5	21.2	13.5	15.7	4.1	100
	OCT	77	42.1	23.9	14.1	15.8	4.2	100
	JAN	78	43.0	24.6	11.6	17.1	3.7	100
	MAI	78	43.8	23.5	12.3	15.8	4.6	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	10.2	23.7	40.7	20.4	5.1	100
	OCT	77	12.6	26.3	40.6	16.5	3.9	100
	JAN	78	13.4	30.1	40.1	12.4	4.0	100
	MAI	78	11.9	24.9	46.5	13.1	3.5	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 10 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

PENSEZ-VOUS REUSSIR A METTRE DE L'ARGENT DE COTE DANS LES 12 MOIS QUI VIENNENT?

1. OUI, CERTAINEMENT
2. OUI, PEUT-ETRE
3. SANS DOUTE QUE NON
4. CERTAINEMENT PAS
5. NE SAIT PAS

GLAUBEN SIE, DASS ES IHNEN IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN GELINGEN WIRD, GELD ZU SPAREN?

1. JA, GEWISS
2. JA, VIELLEICHT
3. WAHRSCHEINLICH NICHT
4. GEWISS NICHT
5. WEISS NICHT

OVER THE NEXT 12 MONTHS DO YOU THINK THAT YOU WILL MANAGE TO SAVE SOME MONEY?

1. YES, CERTAINLY
2. YES, PERHAPS
3. PROBABLY NOT
4. CERTAINLY NOT
5. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	25.0	19.0	21.0	33.0	1.0	100
	OCT 77	24.0	18.0	20.0	37.0	1.0	100
	JAN 78	26.0	17.0	18.0	38.0	1.0	100
	MAI 78	25.0	16.0	22.0	36.0	1.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	44.0	28.6	14.2	9.2	3.3	100
	OCT 77	42.0	27.5	14.7	9.8	4.6	100
	JAN 78	43.9	26.9	15.6	9.8	3.8	100
	MAI 78	43.2	28.3	15.5	8.4	4.6	100
FRANCE	MAI 77	9.6	24.2	25.4	38.0	2.8	100
	OCT 77	10.0	23.7	23.9	39.4	3.0	100
	JAN 78	11.3	25.4	24.8	34.4	4.1	100
	MAI 78	10.6	23.4	25.7	36.6	3.7	100
IRELAND	MAI 77	12.2	27.8	23.4	34.0	2.6	100
	OCT 77	14.4	31.5	21.1	30.2	2.8	100
	JAN 78	16.2	31.8	21.1	27.6	3.3	100
	MAI 78	17.0	32.1	20.1	28.5	2.3	100
ITALIA	MAI 77	4.3	20.0	25.6	40.2	9.9	100
	OCT 77	6.1	21.7	23.5	39.6	9.1	100
	JAN 78	5.7	21.9	24.7	38.2	9.5	100
	MAI 78	6.0	24.0	21.6	37.6	10.8	100
NEDERLAND	MAI 77	24.3	26.8	20.4	27.3	1.2	100
	OCT 77	25.2	25.9	19.7	27.6	1.6	100
	JAN 78	27.8	26.7	18.5	25.8	1.2	100
	MAI 78	26.4	28.8	18.4	24.9	1.6	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	16.4	30.0	20.3	29.7	3.6	100
	OCT 77	15.7	27.9	19.5	31.7	5.2	100
	JAN 78	16.5	27.3	20.0	32.4	3.8	100
	MAI 78	16.3	22.7	20.4	35.4	5.3	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	13.0	29.5	12.7	43.6	1.2	100
	OCT 77	18.5	31.3	11.1	38.0	1.1	100
	JAN 78	20.6	33.2	11.8	32.5	1.9	100
	MAI 78	19.7	34.1	9.5	35.6	1.1	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

TALSMANDENS GRUPPE
SPRECHERGRUPPE
POKESMAN'S GROUP
GROUPE DU PORTE-PAROLE
GRUPPO DEL PORTAVOCE
BUREAU VAN DE WOORDVOERDERINFORMATION
INFORMATORISCHE AUFZEICHNUNG
INFORMATION MEMONOTE D'INFORMATION
NOTA D'INFORMAZIONE
TER DOCUMENTIE

Bruxelles, juillet 1978

RESULTATS DE LA 19ème ENQUETE DE CONJONCTURE HARMONISEE AUPRES DES CONSOMMATEURS EUROPEENS

En mai de cette année la 19ème enquête de conjoncture harmonisée a été effectuée auprès d'environ 20.000 ménages européens dans 8 des 9 pays membres (le Luxembourg ne participe pas encore au programme harmonisé). Les derniers résultats indiquent que pour l'ensemble de la Communauté les attitudes - jugements et perspectives - des consommateurs se sont pratiquement stabilisées depuis l'enquête de janvier. En effet, l'indice de confiance communautaire est passé de 111.1 en janvier à 111.4 en mai 1978 *. Ceci représente une consolidation de l'amélioration modérée qui a caractérisé l'évolution de la confiance des consommateurs à partir de mai 1977, par rapport aux bas niveaux généralement observés entre 1974 et 1976, suite à la crise pétrolière. La stabilité qui se dégage, dans l'indice, pour la Communauté dans son ensemble, cache les développements quelque peu divergents dans les différents pays membres, à savoir une amélioration en R.F. d'Allemagne et en Italie, une détérioration aux Pays-Bas et, à partir d'un niveau d'optimisme élevé, au Royaume-Uni et en Irlande, et une stabilité approximative dans les autres pays membres.

Au Danemark, les attitudes des consommateurs n'ont pas changé par rapport à janvier. Les perspectives économiques font toujours preuve d'incertitude (47 % des personnes interrogées s'attendent à une détérioration, contre 45 % en janvier), certes en partie alimentée par les craintes d'une augmentation du chômage, craintes qui ont d'ailleurs diminué légèrement comparée aux résultats d'octobre 1977 et janvier 1978. Les attitudes envers l'achat de biens durables restent positives. L'indice de confiance est passé de 111.8 en janvier à 111.5 en mai.

En R.F. d'Allemagne, l'indice de confiance des consommateurs est passé de 112.3 en janvier à 116.0 en mai 1978. Ainsi, le recul observé lors de l'enquête de janvier a été plus que compensé au mois de mai. Cette amélioration a eu lieu sur tous les fronts. Les perspectives économiques générales, ainsi que les jugements et les perspectives financières personnelles des ménages font état d'une confiance plus soutenue. En effet, pour la première fois depuis 5 ans, plus de 85 % des personnes interrogées pensent que depuis un an leur situation financière est restée inchangée ou s'est améliorée. Une des conséquences de cette reprise de confiance est l'attitude très favorable envers l'achat de biens durables, ce qui pourrait indiquer une consommation privée soutenue.

.../...

* L'indice de confiance est basé sur les questions reprises dans les tableaux nn. 1, 2, 6, 7 et 8 ci-joints, qui portent sur la situation économique en général, la situation financière des ménages et l'opportunité de faire des achats importants. Les réponses à chaque question, comportant six possibilités pour les questions économiques et financières et quatre pour la question sur les achats, sont pondérées de la manière suivante : +2, +1, 0, -1, -2, 0 pour les questions nn. 1, 2, 6 et 7 et +1, 0, -1, 0 pour la question n. 8. L'indice représente la moyenne des réponses ainsi agrégées, en ajoutant 200, pour éviter que l'indice ne fasse apparaître des valeurs négatives. (La réponse pondérée aux questions 1, 2, 6 et 7 pourrait, en principe, atteindre la valeur de -200).

Si, en matière de perspectives financières, les consommateurs en France, et notamment par rapport à il y a un an, restent assez optimistes, ils sont devenus à certains égards plus incertains en mai par rapport à l'enquête de janvier. Deux facteurs ont sans doute influencé cette modification d'attitude. Premièrement il y a la crainte d'une accélération de l'inflation : en effet, 30 % des consommateurs escomptent une accélération de la hausse des prix contre 7 % en janvier ; ce mouvement exceptionnel reflète, bien entendu, une prise de conscience de la part des consommateurs français en ce qui concerne les ajustements de prix qu'entraîne l'importante modification dans la politique de prix qui est actuellement mise en œuvre par les autorités. En deuxième lieu vient l'augmentation escomptée du chômage : si en janvier le pourcentage de ceux qui craignaient une aggravation du chômage était de 33 %, ce pourcentage est monté à 45 actuellement. Par contre, un nombre plus important de personnes interrogées ont estimé que le moment est opportun de faire des achats importants. En résumé, l'indice de confiance est presque stable, 101.6 en mai, contre 101.9 en janvier.

En Irlande, comme d'ailleurs également au Royaume-Uni, le pessimisme a fait place à l'optimisme entre mai 1977 et janvier 1978. Durant cette période, l'indice de confiance est monté dans les deux pays de plus de 30 %, hausse inégalée dans les autres pays membres. Pour cette raison, l'adaptation des jugements et perspectives vers le bas, en mai de cette année, ne devrait pas trop étonner. Le recul de cet indice de 131.9 en janvier à 125.6 en mai en Irlande et de 136.6 à 130.1 au Royaume-Uni, est dû aux mêmes facteurs. Il s'agit de l'impact sur les attitudes du chômage et de l'inflation. Ces deux facteurs ont aussi influencé en sens négatif les perspectives financières des ménages, mais, par contre, l'attitude envers l'opportunité de faire des achats importants n'a, dans les deux pays, jamais été aussi favorable que maintenant avec, en Irlande, plus de 63 % des consommateurs estimant qu'il soit opportun d'effectuer des achats importants.

C'est en Italie que l'indice de confiance a accusé la hausse la plus importante lors de la dernière enquête, passant de 104.3 en janvier à 109.1 en mai. Cette évolution positive est due en grande partie à un accroissement des voix optimistes pour ce qui est des perspectives économiques générales et des perspectives financières personnelles. Il ressort également de l'enquête que le nombre important de consommateurs craignant une accélération de l'inflation continue à diminuer tendanciellement. Comme dans la plupart des pays membres, le chômage constitue encore un facteur important d'incertitude parmi les consommateurs, malgré la baisse du nombre de consommateurs escomptant une hausse du chômage, le pourcentage reste à un niveau élevé. L'évolution positive de la confiance en Italie est certes un élément qui pourrait influencer positivement la consommation privée.

Aux Pays-Bas, les résultats de l'enquête de mai indiquent un net recul de confiance chez les consommateurs, l'indice se situant à 101.5 contre 106.7 en janvier de cette année. Ainsi, le niveau même est, comme d'ailleurs en Belgique, inférieur à celui du mois de mai 1977. Si environ 10 % des personnes interrogées estiment que les prix vont en s'accroissant, contre 18 % en mai de l'année passée, la crainte d'une aggravation du chômage dans les 12 prochains mois a nettement contribué à assombrir les perspectives économiques. La situation financière des ménages semble être relativement bonne, mais on ne s'attend guère à une amélioration.

En Belgique, les jugements et perspectives des chefs de ménage n'ont pas subi d'importantes modifications depuis janvier. Les perspectives économiques générales se sont très peu améliorées par rapport au début de l'année, mais moins de consommateurs (55 % contre 69 % auparavant) s'attendent à une aggravation de la situation sur le marché du travail. Autre aspect positif : à peine 5 % des consommateurs s'attendent à une accélération de la hausse des prix. En ce qui concerne leur situation financière personnelle, très peu de personnes interrogées escomptent une amélioration. Ainsi, l'indice de confiance est passé à 98.0 contre 97.8 en janvier.

3

INDEX OF CONSUMER CONFIDENCE

INDICE DE CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

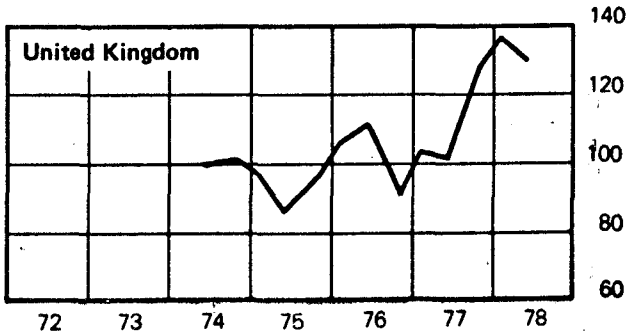
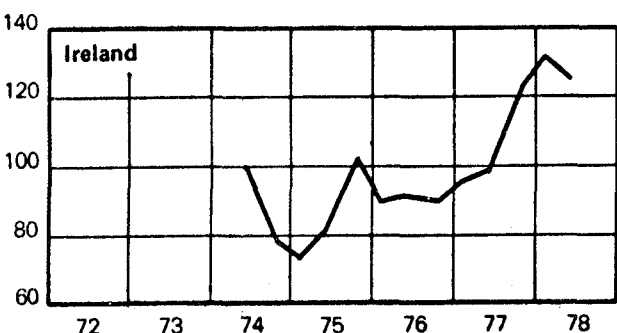
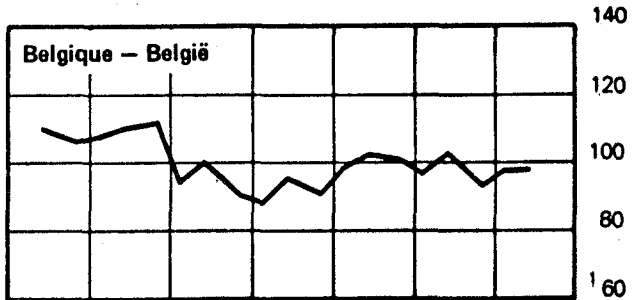
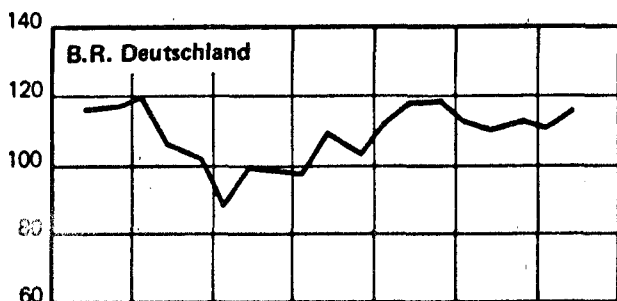
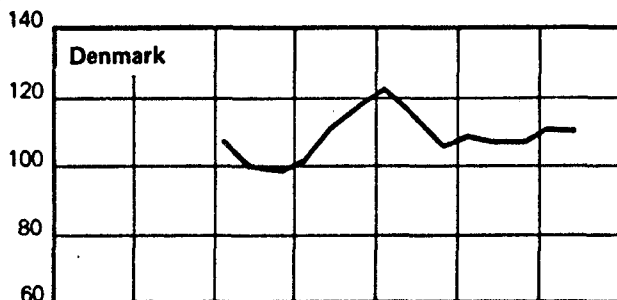
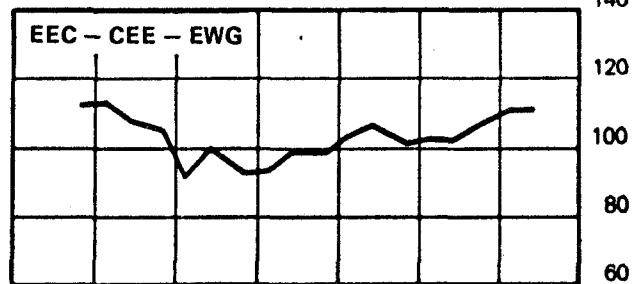
INDEX DES VERBRAUCHERVERTRAUENS

(May/Mai 1974 = 100)

Dieser Index stellt das arithmetische Mittel der Ergebnisse von 5 Fragen dar, die die Einschätzung der Haushalte betreffen in bezug auf ihre finanzielle Lage und die allgemeine wirtschaftliche Lage sowie auf die Ratsamkeit, dauerhafte Güter anzuschaffen. Die betreffenden Fragen werden in den Tabellen 1, 2, 6, 7 und 8 dargestellt. Siehe auch Fußnote S. 1.

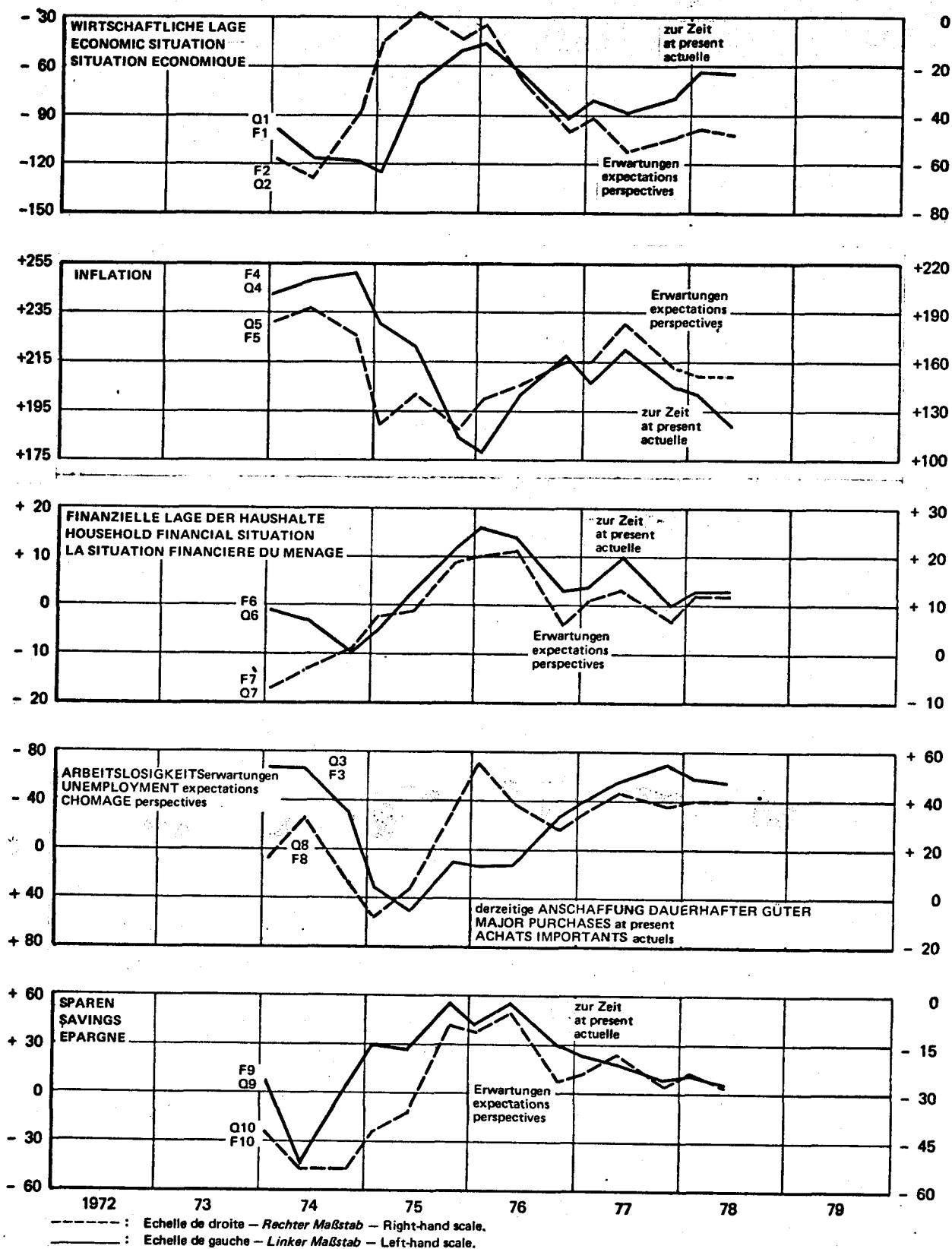
This index represents the arithmetic average of the results of five questions concerning households' perception of their financial situation, the economic situation in general and a question on the advisability of making major purchases. The questions involved are those set out in tables 1, 2, 6, 7 and 8. See, also, the footnote on page 1.

Cet indice représente la moyenne arithmétique de cinq questions ayant trait aux perceptions des ménages sur leur situation financière, la situation économique générale et l'opportunité de faire des achats. Ces questions sont reprises dans les tableaux 1, 2, 6, 7 et 8. Voir aussi la footnote à la page 1.



1) DANMARK

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

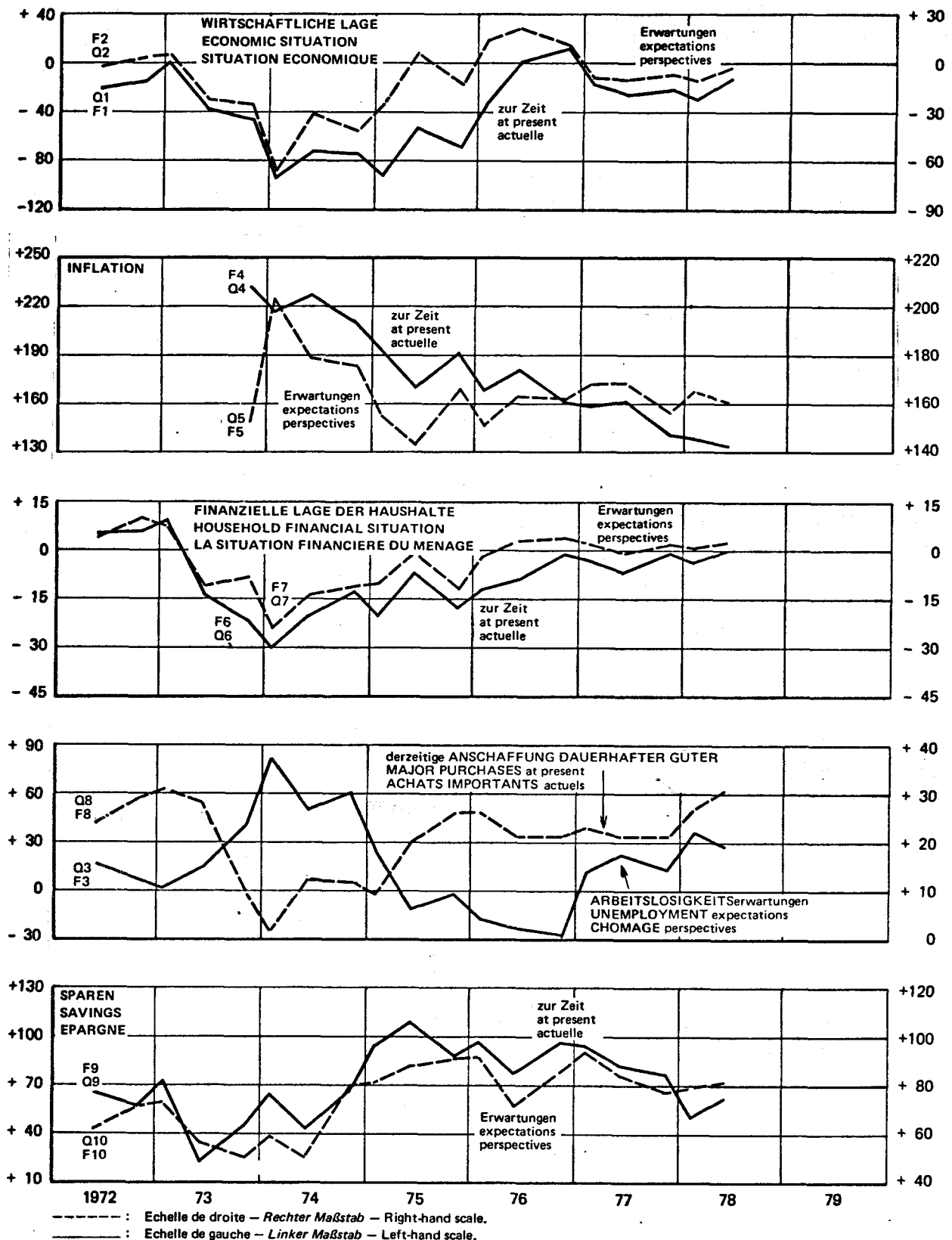
NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

5

2) B.R. DEUTSCHLAND

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



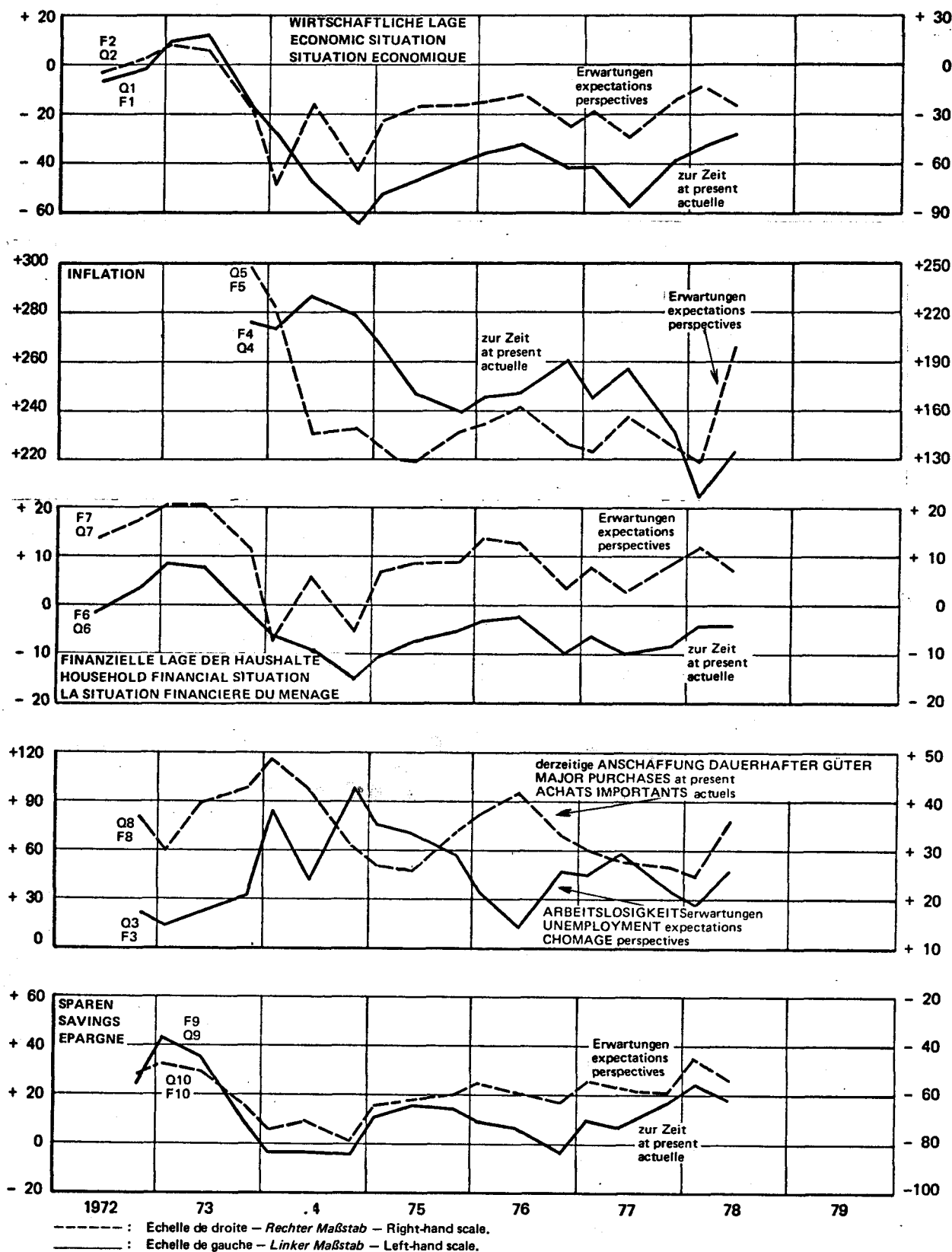
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE : courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

3) FRANCE

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



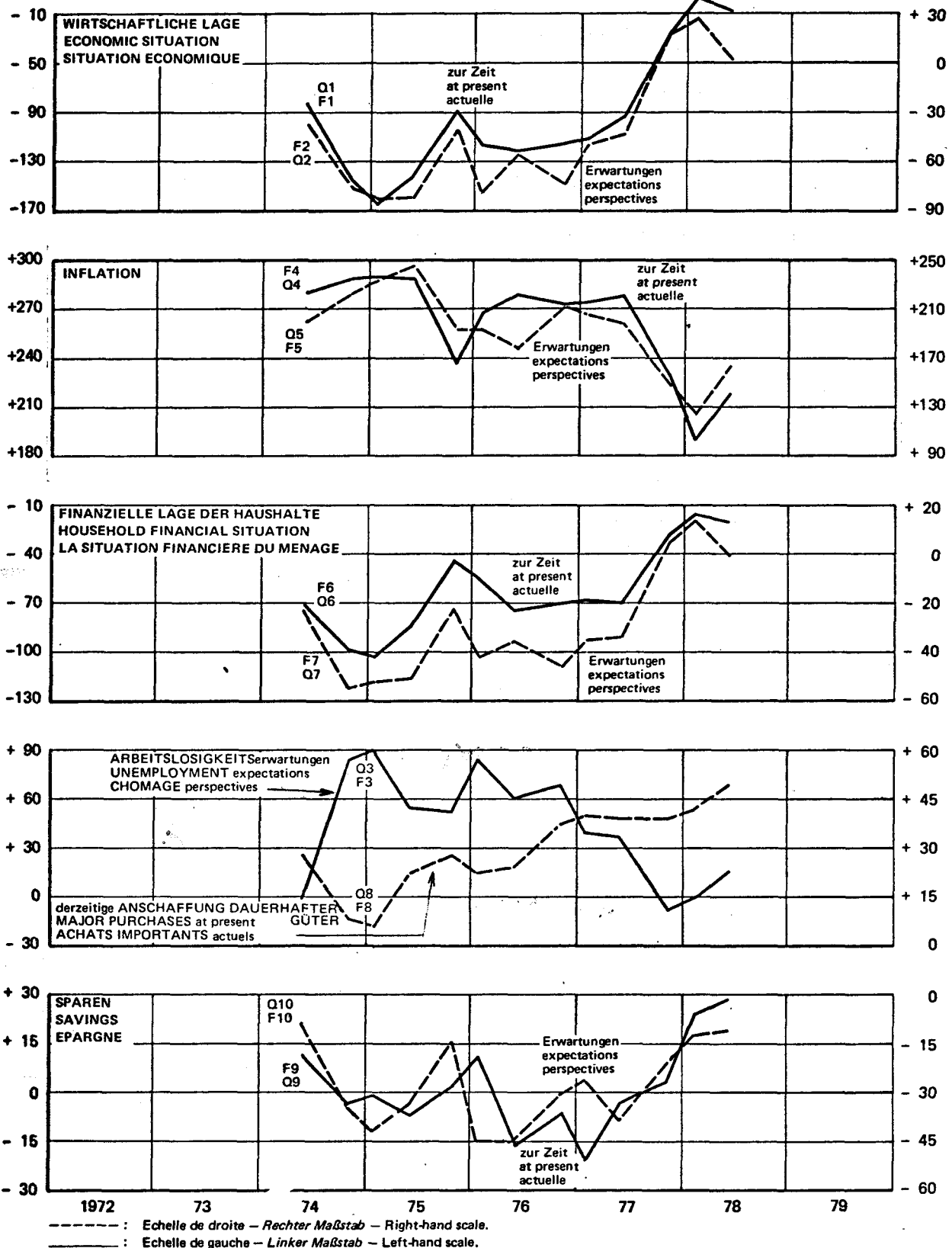
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

4) IRELAND

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



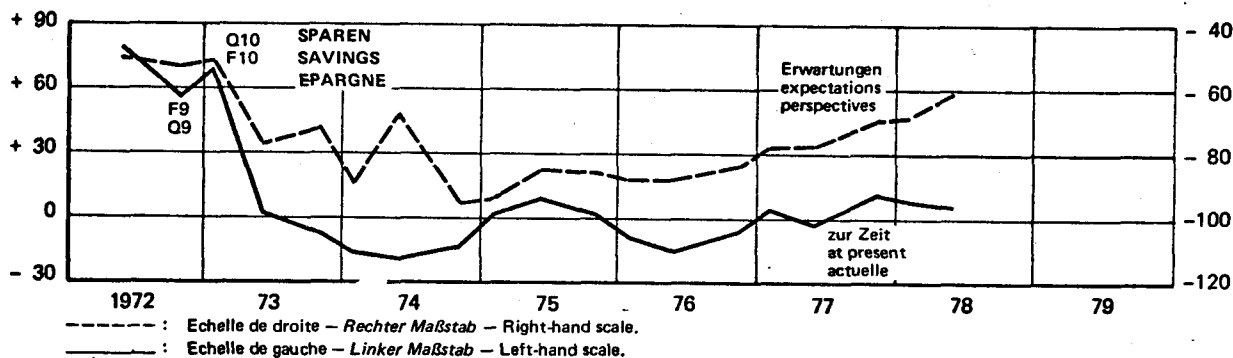
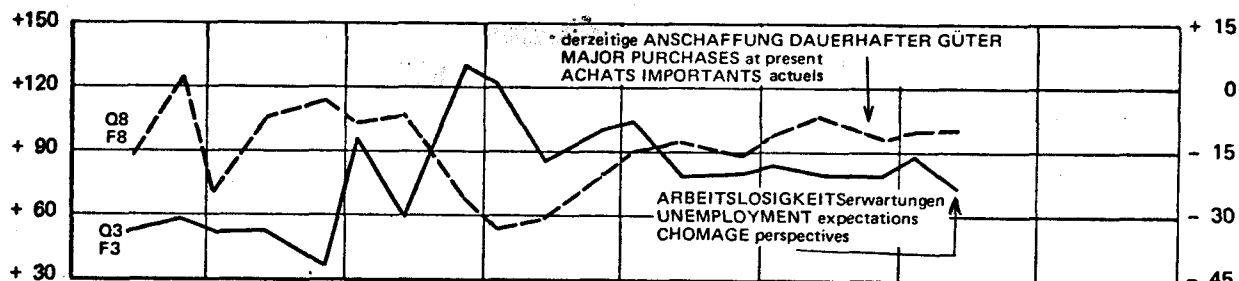
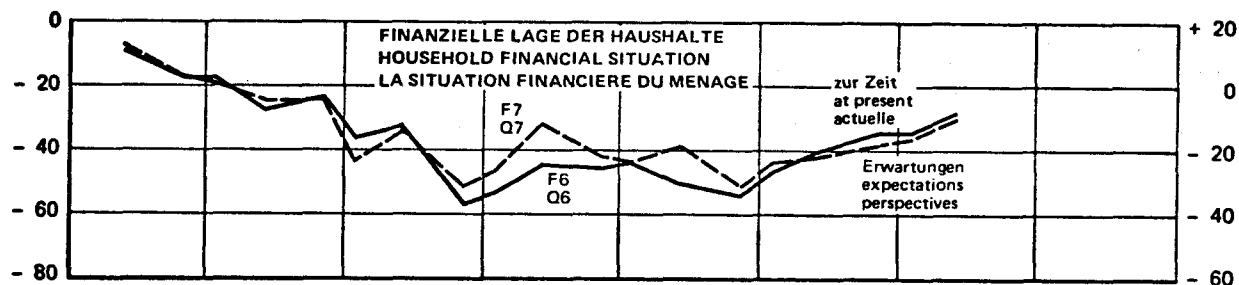
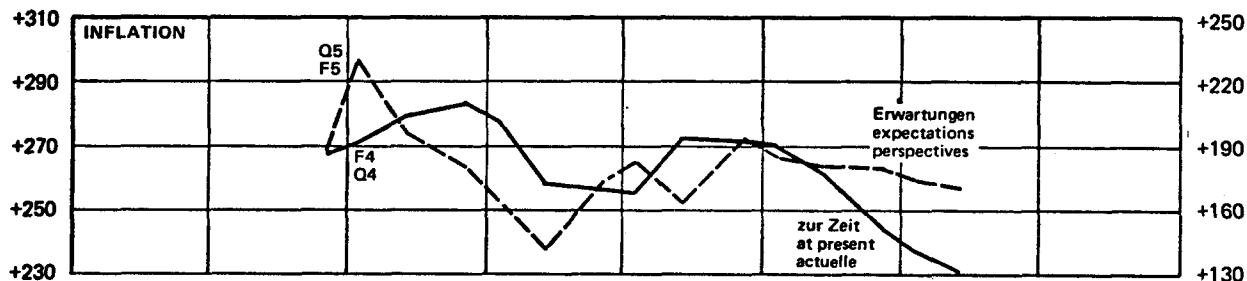
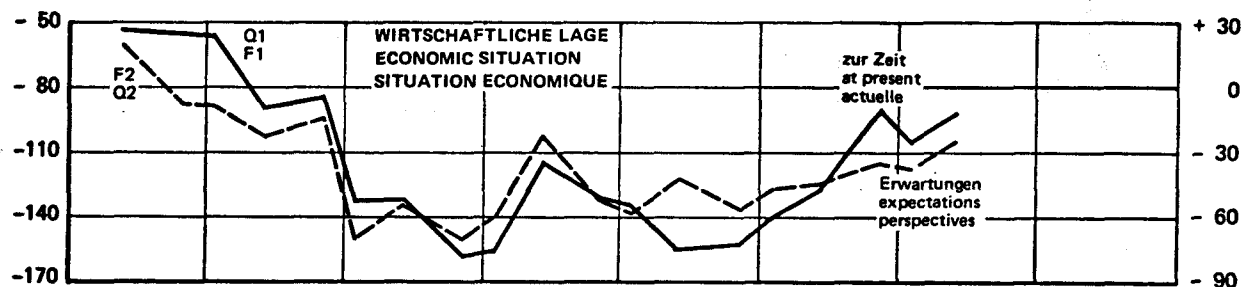
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

5) ITALIA

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



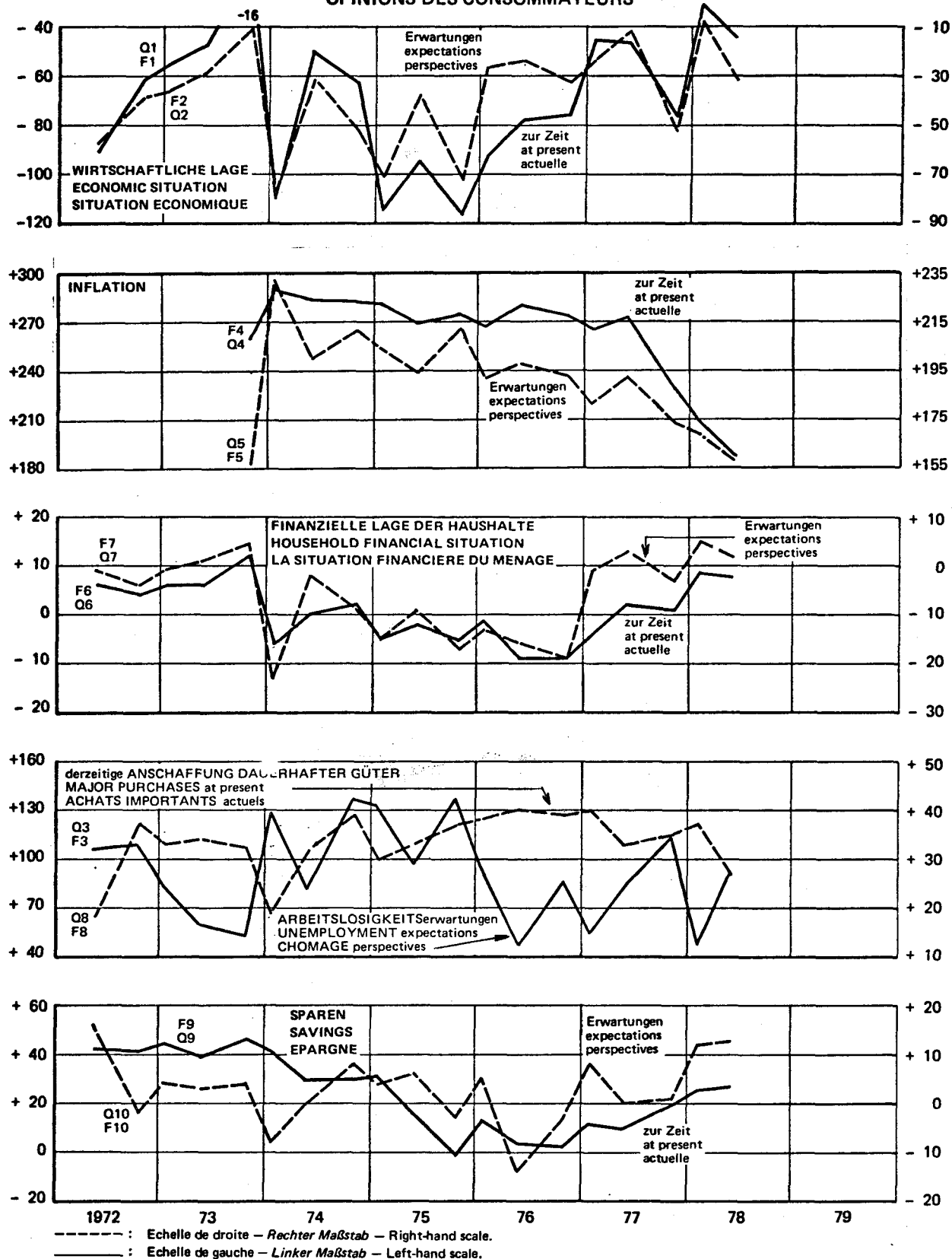
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

6) NEDERLAND

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



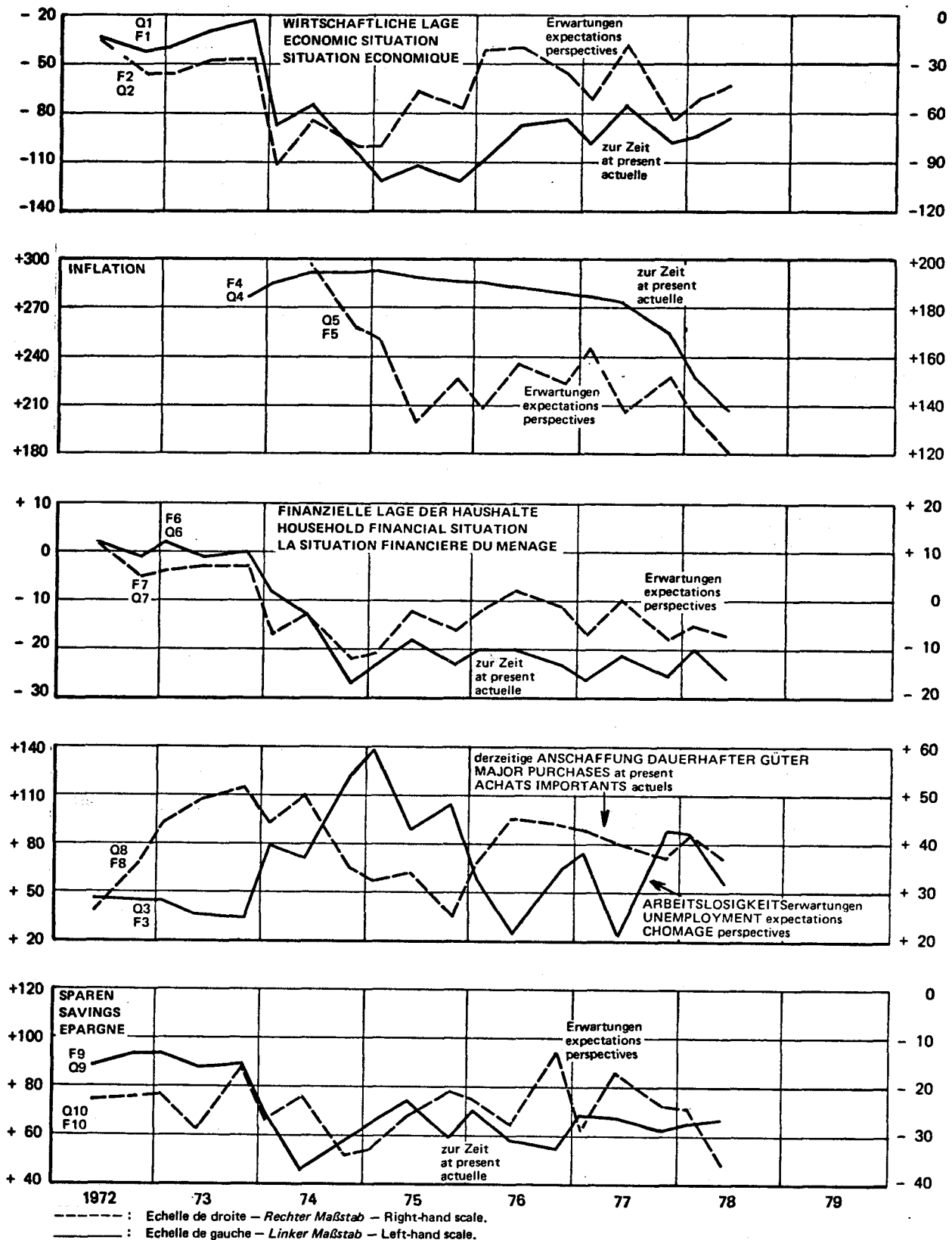
NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

7) BELGIQUE - BELGIË

MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS

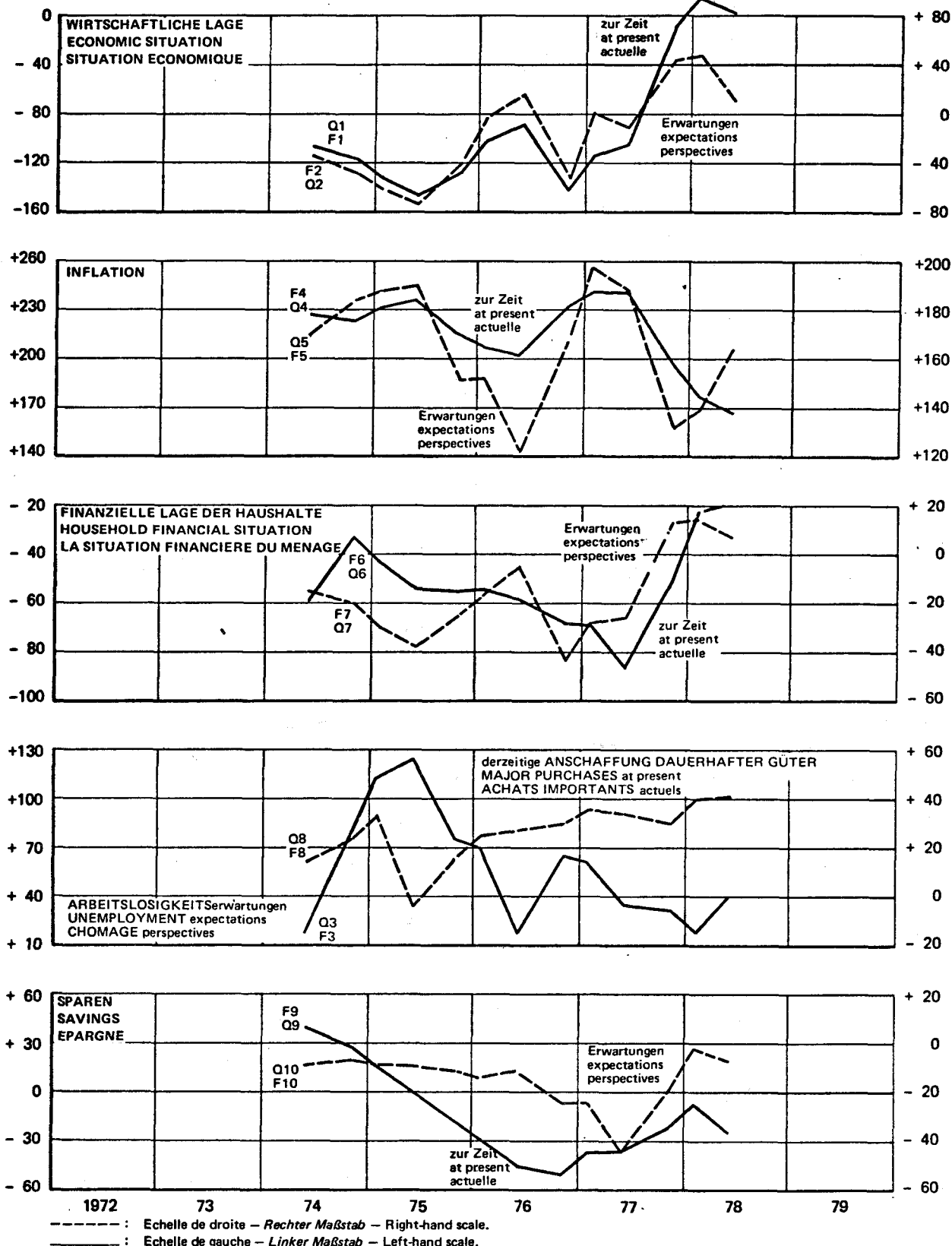


NOTE: steigende (oder fallende) Kurve bedeutet Verbesserung (oder Verschlechterung) der wirtschaftlichen oder finanziellen Lage (Q1, Q2, Q6, Q7), stärkere (schwächere) Kaufneigung (Q8), oder Steigerung (Verminderung) der Inflation, der Arbeitslosigkeit und der Ersparnisse (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE: courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

8) UNITED KINGDOM MEINUNGEN DER VERBRAUCHER CONSUMERS' OPINIONS OPINIONS DES CONSOMMATEURS



NOTE: rising (falling) lines mean improving (deteriorating) economic or financial situation (Q1, Q2, Q6, Q7), stronger (weaker) tendency to make major purchases (Q8) or increasing (decreasing) inflation, unemployment and savings (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

NOTE : courbe en hausse (ou en baisse) signifie amélioration (ou détérioration) de la situation économique ou financière (Q1, Q2, Q6, Q7), propension plus forte (ou plus faible) à effectuer des achats importants (Q8) ou inflation, chômage et épargne en augmentation (ou en diminution) (Q3, Q4, Q5, Q9, Q10).

A VOTRE AVIS, DEPUIS UN AN, LA 'SITUATION ECONOMIQUE GENERALE' DANS VOTRE PAYS S'EST:

1. NETTEMENT AMELIOREE
2. UN PEU AMELIOREE
3. EST RESTEE STATIONNAIRE
4. UN PEU DEGRADEE
5. NETTEMENT DEGRADEE
6. NE SAIT PAS

WIE HAT SICH IHRER MEINUNG NACH DIE 'ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE' IN IHREM LAND SEIT EINEM JAHR ENTWICKELT?

1. WESENTLICH VERBESSERT
2. ETWAS VERBESSERT
3. IN ETWAS GLEICHGEBLIEBEN
4. ETWAS VERSCHLECHTERT
5. WESENTLICH VERSCHLECHTERT
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE GENERAL ECONOMIC SITUATION IN THIS COUNTRY HAS CHANGED OVER THE LAST 12 MONTHS?

1. GOT A LOT BETTER
2. GOT A LITTLE BETTER
3. STAYED THE SAME
4. GOT A LITTLE WORSE
5. GOT A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77		1.0	4.0	25.0	39.0	28.0	3.0	100
	OCT 77		.0	4.0	29.0	41.0	21.0	5.0	100
	JAN 78		1.0	5.0	34.0	39.0	16.0	5.0	100
	MAI 78		.0	6.0	34.0	39.0	16.0	5.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77		1.0	15.9	44.6	30.1	5.9	2.5	100
	OCT 77		.6	15.5	47.2	27.6	5.0	3.7	100
	JAN 78		.5	10.2	51.2	29.9	5.5	2.7	100
	MAI 78		.7	16.4	52.1	24.5	3.3	3.1	100
FRANCE	MAI 77		2.6	13.3	27.4	31.7	22.1	2.9	100
	OCT 77		3.1	16.1	33.3	28.0	16.3	3.2	100
	JAN 78		2.4	17.5	36.4	25.5	14.9	3.3	100
	MAI 78		3.6	18.3	35.3	25.5	14.0	3.3	100
IRELAND	MAI 77		3.2	15.8	11.7	22.2	45.9	1.3	100
	OCT 77		4.6	31.9	18.3	20.6	22.9	1.6	100
	JAN 78		5.4	40.7	18.5	17.1	16.2	2.1	100
	MAI 78		5.6	35.6	18.0	20.6	17.8	2.6	100
ITALIA	MAI 77		1.2	5.2	9.6	27.8	53.4	2.8	100
	OCT 77		1.3	11.8	16.8	30.0	37.3	2.7	100
	JAN 78		1.2	6.3	15.8	33.3	40.2	3.2	100
	MAI 78		1.0	9.8	19.7	31.2	36.1	2.4	100
NEDERLAND	MAI 77		2.6	19.5	23.2	34.9	18.3	1.4	100
	OCT 77		1.7	8.6	23.2	39.6	24.8	2.1	100
	JAN 78		1.4	17.9	37.9	29.8	11.0	2.0	100
	MAI 78		1.2	14.7	33.8	34.4	13.5	2.3	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77		.4	8.6	22.0	44.4	20.2	4.4	100
	OCT 77		.5	5.0	16.1	42.8	30.2	5.4	100
	JAN 78		.2	4.7	19.0	43.4	27.2	5.5	100
	MAI 78		.8	5.4	22.3	43.1	23.6	4.8	100
UNITED KINGDOM	MAI 77		1.4	12.0	9.2	32.8	43.0	1.7	100
	OCT 77		7.2	36.0	13.8	21.1	18.9	2.1	100
	JAN 78		8.3	43.1	14.6	18.6	12.9	2.5	100
	MAI 78		6.5	38.2	18.9	20.4	14.5	1.4	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES

IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN

IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 2 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

A VOTER AVIS, PENDANT LES 12 PROCHAINS MOIS, LA 'SITUATION ECONOMIQUE GENERALE' DEVRAIT:

1. S'AMELIORER NETTEMENT
2. S'AMELIORER UN PEU
3. RESTER STATIONNAIRE
4. DEVENIR UN PEU MOINS BONNE
5. DEVENIR BEAUCOUP MOINS BONNE
6. NE SAIT PAS

WIE DURFTE SICH IHRER ANSICHT NACH DIE 'ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE' IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. SICH WESENTLICH VERBESSERN
2. SICH ETWAS VERBESSERN
3. IT ETWAS GLEICHBLEIBEN
4. SICH ETWAS VERSCHLECHTERN
5. SICH WESENTLICH VERSCHLECHTERN
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE GENERAL ECONOMIC SITUATION IN THIS COUNTRY WILL DEVELOPE OVER THE NEXT 12 MONTHS?

1. GET A LOT BETTER
2. GET A LITTLE BETTER
3. STAY THE SAME
4. GET A LITTLE WORSE
5. GET A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77		.0	8.0	34.0	37.0	13.0	7.0	100
	OCT 77		.0	8.0	37.0	37.0	10.0	8.0	100
	JAN 78		.0	8.0	39.0	36.0	9.0	8.0	100
	MAI 78		.0	8.0	37.0	38.0	9.0	8.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77		.5	14.9	51.9	23.0	1.8	7.9	100
	OCT 77		.5	15.7	52.7	19.5	2.0	9.3	100
	JAN 78		.3	13.7	53.4	21.9	1.9	8.8	100
	MAI 78		.5	15.6	58.1	17.8	1.1	7.0	100
FRANCE	MAI 77		.6	10.7	33.6	29.3	12.7	13.0	100
	OCT 77		.9	14.7	39.6	21.8	7.5	15.6	100
	JAN 78		.7	15.1	39.1	17.0	5.5	22.6	100
	MAI 78		1.1	16.6	37.0	23.9	10.1	11.3	100
IRELAND	MAI 77		2.0	21.8	24.6	20.6	24.0	7.1	100
	OCT 77		4.6	40.7	24.2	13.4	8.8	8.3	100
	JAN 78		4.5	43.2	24.9	12.5	6.5	8.4	100
	MAI 78		2.5	34.2	27.4	18.3	10.0	7.6	100
ITALIA	MAI 77		2.8	17.3	24.7	25.8	20.6	8.8	100
	OCT 77		1.8	19.0	29.6	25.3	15.7	8.6	100
	JAN 78		2.5	17.0	27.1	26.6	16.3	10.5	100
	MAI 78		3.2	20.1	29.0	25.1	13.0	9.6	100
NEDERLAND	MAI 77		1.3	25.1	33.1	27.8	6.3	6.5	100
	OCT 77		.5	11.0	30.5	41.8	12.1	4.0	100
	JAN 78		1.6	25.9	36.3	25.9	5.5	4.8	100
	MAI 78		.7	18.1	33.1	35.1	7.5	5.7	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77		.3	17.7	37.4	28.2	4.4	11.9	100
	OCT 77		.3	6.7	26.7	40.5	15.2	10.6	100
	JAN 78		.2	8.3	33.7	35.7	11.4	10.7	100
	MAI 78		.2	9.2	36.7	34.3	9.3	10.4	100
UNITED KINGDOM	MAI 77		3.6	31.4	24.5	19.1	15.3	6.1	100
	OCT 77		11.1	43.7	22.1	10.0	6.2	6.9	100
	JAN 78		12.2	43.4	20.7	11.0	5.1	7.6	100
	MAI 78		5.3	32.4	30.1	19.5	6.7	6.0	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

14

A VOTRE AVIS, AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS, LE CHOMAGE:

1. AUGMENTERA BEAUCOUP
2. AUGMENTERA UN PEU
3. RESTERA STABLE
4. DIMINUERA UN PEU
5. DIMINUERA BEAUCOUP
6. NE SAIT PAS

WIE WIRD SICH IHRER ANSICHT NACH DIE ARBEITSLOSIGKEIT IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. STARK ZUNEHMEN
2. ETWAS ZUNEHMEN
3. GLEICHBLEIBEN
4. ETWAS ABNEHMEN
5. STARK ABNEHMEN
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE LEVEL OF UNEMPLOYMENT IN THE COUNTRY WILL CHANGE OVER THE NEXT 12 MONTHS?

1. INCREASE SHARPLY
2. INCREASE SLIGHTLY
3. REMAIN THE SAME
4. FALL SLIGHTLY
5. FALL SHARPLY
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	13.0	38.0	36.0	8.0	.0	4.0	100
	OCT 77	15.0	45.0	30.0	5.0	.0	5.0	100
	JAN 78	12.0	42.0	34.0	8.0	.0	4.0	100
	MAI 78	10.0	41.0	36.0	8.0	.0	5.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	7.6	27.6	37.3	17.0	2.0	8.5	100
	OCT 77	6.3	25.0	37.7	19.5	2.4	8.3	100
	JAN 78	8.7	33.6	35.5	12.9	1.6	7.7	100
	MAI 78	6.3	32.5	38.5	13.9	1.5	7.4	100
FRANCE	MAI 77	17.8	32.2	26.6	9.1	.8	13.5	100
	OCT 77	11.7	26.4	31.3	14.3	.7	15.4	100
	JAN 78	9.0	23.5	33.1	14.5	.8	19.1	100
	MAI 78	15.0	30.4	29.5	10.2	.7	14.2	100
IRELAND	MAI 77	15.8	30.9	20.4	23.3	1.3	8.4	100
	OCT 77	5.8	23.4	21.8	38.1	1.8	9.0	100
	JAN 78	4.9	25.7	25.1	32.4	2.2	9.7	100
	MAI 78	9.1	30.8	21.5	29.4	1.7	7.4	100
ITALIA	MAI 77	27.7	31.9	20.9	7.7	.5	11.3	100
	OCT 77	27.5	35.1	17.7	10.3	.4	9.0	100
	JAN 78	29.5	36.7	17.8	6.4	.2	9.4	100
	MAI 78	23.9	36.6	21.3	9.7	.6	8.0	100
NEDERLAND	MAI 77	23.9	44.3	19.5	8.6	.2	3.5	100
	OCT 77	36.3	45.7	10.4	4.3	.5	2.8	100
	JAN 78	13.5	37.9	26.5	17.0	.6	4.5	100
	MAI 78	27.0	45.7	15.7	7.7	.6	3.3	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	6.1	29.1	32.2	20.0	.2	12.5	100
	OCT 77	23.2	48.0	15.2	5.5	.1	8.1	100
	JAN 78	23.3	45.4	16.0	5.6	.2	9.5	100
	MAI 78	13.3	41.2	25.1	10.8	.4	9.2	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	10.2	37.8	23.8	20.8	1.4	6.0	100
	OCT 77	8.9	37.2	25.5	22.1	1.1	5.3	100
	JAN 78	6.9	33.5	26.1	25.9	1.0	6.6	100
	MAI 78	12.0	38.2	24.3	20.1	1.2	4.0	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERPOGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

15
 QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 4 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

TROUVEZ-VOUS QUE, DEPUIS 12 MOIS, LES PRIX ONT:

1. BEAUCOUP AUGMENTE
2. MOYENNEMENT AUGMENTE
3. UN PEU AUGMENTE
4. PEU VARIE
5. LEGEREMENT DIMINUE
6. NE SAIT PAS

WIE HABEN SICH IHRER ANSICHT NACH DIE PREISE IN DEN LETZEN 12 MONATEN ENTWICKELT?

1. STARKER ANSTIEG
2. MITTLERER ANSTIEG
3. SCHWACHER ANSTIEG
4. IN ETWA GLEICHGEBLIEBEN
5. RUCKGANG
6. WEISS NICHT

COMPARED TO WHAT THEY WERE 12 MONTHS AGO, DO YOU THINK THAT PRICES IN GENERAL ARE NOW

1. MUCH HIGHER
2. MODERATELY HIGHER
3. A LITTLE HIGHER
4. ABOUT THE SAME
5. LOWER
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	46.0	32.0	18.0	4.0	.0	.0	100
	OCT 77	37.0	37.0	20.0	4.0	.0	1.0	100
	JAN 78	34.0	39.0	22.0	5.0	.0	.0	100
	MAI 78	30.0	36.0	27.0	6.0	1.0	.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	16.6	36.1	40.5	5.1	.8	.9	100
	OCT 77	11.2	31.2	44.8	9.6	1.1	1.9	100
	JAN 78	8.6	32.6	47.8	8.8	.8	1.4	100
	MAI 78	7.6	31.4	49.5	9.1	1.3	1.1	100
FRANCE	MAI 77	67.9	22.7	7.7	.9	.1	.7	100
	OCT 77	52.1	30.6	13.4	2.9	.2	.8	100
	JAN 78	37.8	35.8	19.3	5.5	.5	1.1	100
	MAI 78	46.8	34.5	14.8	3.1	.1	.7	100
IRELAND	MAI 77	84.6	10.5	4.0	.6	.1	.2	100
	OCT 77	58.5	19.6	15.0	5.4	1.1	.4	100
	JAN 78	41.9	22.5	22.7	10.9	2.0	.0	100
	MAI 78	49.8	26.4	17.0	5.3	.9	.6	100
ITALIA	MAI 77	68.8	25.2	4.0	.8	.2	1.0	100
	OCT 77	56.0	34.2	7.6	1.6	.0	.6	100
	JAN 78	53.5	33.9	9.2	2.1	.2	1.1	100
	MAI 78	48.6	37.5	10.6	2.4	.0	.8	100
NEDERLAND	MAI 77	74.7	23.2	1.6	.2	.0	.3	100
	OCT 77	43.4	44.3	9.4	2.3	.1	.6	100
	JAN 78	31.4	51.2	12.0	4.5	.4	.5	100
	MAI 78	23.8	48.3	19.4	7.4	.3	.8	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	79.7	15.3	3.5	.9	.2	.5	100
	OCT 77	65.4	26.3	6.0	1.2	.1	.9	100
	JAN 78	47.8	36.6	11.2	3.2	.2	1.0	100
	MAI 78	40.0	34.9	17.5	5.4	.4	1.5	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	53.6	36.2	8.2	.7	.4	.8	100
	OCT 77	32.9	40.1	20.3	4.1	1.6	.8	100
	JAN 78	24.4	39.7	26.8	6.1	1.9	1.1	100
	MAI 78	20.6	37.0	33.5	7.2	1.2	.4	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

PAR RAPPORT A CE QUI SE PASSE ACTUELLEMENT, PENSEZ-VOUS QUE DANS LES 12 MOIS QUI VIENNENT:

1. IL Y AURA UNE HAUSSE DES PRIX PLUS RAPIDE
2. IL Y AURA UNE HAUSSE DES PRIX AUSSI RAPIDE
3. IL Y AURA UNE HAUSSE DES PRIX MOINS RAPIDE
4. LES PRIX RESTERONT STATIONNAIRES
5. LES PRIX VONT LEGEREMENT DIMINUER
6. NE SAIT PAS

WIE WERDEN SICH IHRER ANSICHT NACH DIE PREISE IN DEN NACHSTEN 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. STARKER ALS BISHER STEIGEN
2. ETWA IN GLEICHEM MASSE WIE BISHER STEIGEN
3. WENIGER STARK ALS BISHER STEIGEN
4. IN ETWA GLEICHBLEIBEN
5. ZURUCKGEHEN
6. WEISS NICHT

BY COMPARISON WITH WHAT IS HAPPENING NOW, DO YOU CONSIDER THAT IN THE NEXT 12 MONTHS?

1. THERE WILL BE A MORE RAPID INCREASE IN PRICES
2. PRICES WILL INCREASE AT THE SAME RATE
3. PRICES WILL INCREASE AT A SLOWER RATE
4. PRICES WILL BE STABLE
5. PRICES WILL FALL SLIGHTLY
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	26.0	39.0	27.0	6.0	.0	3.0	100
	OCT 77	16.0	38.0	32.0	9.0	.0	4.0	100
	JAN 78	14.0	37.0	36.0	9.0	.0	4.0	100
	MAI 78	14.0	36.0	39.0	7.0	.0	4.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	8.4	64.3	15.8	6.7	1.0	3.8	100
	OCT 77	5.8	62.2	15.7	10.0	1.1	4.8	100
	JAN 78	7.0	65.8	13.8	8.0	.9	4.5	100
	MAI 78	5.7	64.4	15.9	9.8	1.0	3.3	100
FRANCE	MAI 77	9.4	53.1	21.3	6.5	.2	9.6	100
	OCT 77	5.9	47.2	25.0	10.4	.7	10.8	100
	JAN 78	6.7	44.7	19.6	12.4	.4	16.2	100
	MAI 78	30.3	49.0	9.9	4.0	.1	6.7	100
IRELAND	MAI 77	33.9	39.1	18.8	4.2	1.2	2.8	100
	OCT 77	14.1	31.9	31.8	11.9	4.5	5.8	100
	JAN 78	12.5	28.9	33.8	13.3	4.6	6.9	100
	MAI 78	18.2	40.5	28.5	8.2	1.0	3.7	100
ITALIA	MAI 77	28.2	39.5	16.9	7.5	.6	7.4	100
	OCT 77	27.3	39.3	19.0	7.8	.5	6.0	100
	JAN 78	24.7	42.6	15.7	8.9	.6	7.5	100
	MAI 78	22.1	44.7	15.7	10.0	.6	6.8	100
NEDERLAND	MAI 77	18.3	61.0	15.6	2.6	.2	2.3	100
	OCT 77	13.2	56.7	20.8	6.6	.3	2.3	100
	JAN 78	11.7	56.3	22.0	6.7	.9	2.3	100
	MAI 78	10.1	53.2	22.0	10.7	.4	3.6	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	5.9	40.9	37.6	7.5	.5	7.7	100
	OCT 77	9.8	47.0	29.0	6.9	.5	6.9	100
	JAN 78	5.8	43.1	31.4	11.4	.3	8.0	100
	MAI 78	4.8	34.8	37.7	14.2	.8	7.7	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	26.0	42.5	25.2	2.8	.9	2.6	100
	OCT 77	10.5	31.2	42.4	9.2	3.6	3.0	100
	JAN 78	12.9	30.7	42.2	7.9	3.3	3.0	100
	MAI 78	16.1	43.2	30.6	6.9	1.2	2.1	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

17

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 6 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, LA SITUATION FINANCIERE DE VOTRE MENAGE:

1. S'EST NETTEMENT AMELIOREE
2. S'EST UN PEU AMELIOREE
3. EST RESTEE STATIONNAIRE
4. EST DEVENUE UN PEU MOINS BONNE
5. EST DEVENUE BEAUCOUP MOINS BONNE
6. NE SAIT PAS

WIE HAT SICH DIE FINANZIELLE LAGE IHRES HAUSHALTS IN DEN LETZTEN ZWOLF MONATEN ENTWICKELN?

1. HAT SICH WESENTLICH VERBESSERT
2. HAT SICH ETWAS VERBESSERT
3. IN ETWA GLEICHGEBLIEBEN
4. HAT SICH ETWAS VERSCHLECHTERT
5. HAT SICH WESENTLICH VERSCHLECHTERT
6. WEISS NICHT

HOW DOES THE FINANCIAL SITUATION OF YOUR HOUSEHOLD NOW COMPARE WITH WHAT IT WAS 12 MONTHS AGO?

1. GOT A LOT BETTER
2. GOT A LITTLE BETTER
3. STAYED THE SAME
4. GOT A LITTLE WORSE
5. GOT A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS		1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI 77	6.0	20.0	57.0	12.0	5.0	1.0	100
	OCT 77	5.0	16.0	58.0	16.0	5.0	1.0	100
	JAN 78	6.0	18.0	56.0	14.0	5.0	1.0	100
	MAI 78	5.0	17.0	58.0	16.0	4.0	1.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI 77	1.5	10.7	68.4	15.5	2.7	1.1	100
	OCT 77	1.5	14.3	66.3	13.0	2.7	1.9	100
	JAN 78	1.4	13.1	67.7	13.6	2.9	1.3	100
	MAI 78	1.4	13.1	70.7	11.7	2.1	.9	100
FRANCE	MAI 77	1.8	13.0	63.7	15.7	5.3	.5	100
	OCT 77	1.8	13.6	64.3	14.9	4.9	.5	100
	JAN 78	2.1	15.0	63.5	13.7	4.8	.9	100
	MAI 78	2.0	14.7	64.2	13.9	4.5	.7	100
IRELAND	MAI 77	1.9	13.0	28.4	25.1	30.9	.8	100
	OCT 77	2.9	21.7	35.1	23.6	15.6	1.1	100
	JAN 78	3.2	24.2	38.3	19.8	12.9	1.6	100
	MAI 78	3.1	25.3	34.2	21.9	14.6	.9	100
ITALIA	MAI 77	.6	7.1	52.3	29.3	9.5	1.4	100
	OCT 77	.8	8.6	53.7	27.3	8.6	1.0	100
	JAN 78	1.0	8.4	54.3	25.7	9.2	1.4	100
	MAI 78	1.3	9.2	55.6	25.7	7.0	1.2	100
NEDERLAND	MAI 77	5.8	17.8	52.7	18.6	4.3	.8	100
	OCT 77	4.3	17.5	56.6	16.4	4.2	1.0	100
	JAN 78	5.2	19.2	57.0	14.5	3.3	.8	100
	MAI 78	5.3	18.4	57.9	14.2	3.3	1.0	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI 77	1.5	10.3	58.1	24.2	5.0	.8	100
	OCT 77	1.4	9.0	57.2	24.3	6.3	1.7	100
	JAN 78	1.3	9.9	60.5	22.2	5.2	.9	100
	MAI 78	1.3	8.1	59.3	23.8	6.3	1.2	100
UNITED KINGDOM	MAI 77	2.3	8.3	22.0	33.6	32.5	1.4	100
	OCT 77	4.0	13.9	31.1	28.6	21.4	.9	100
	JAN 78	5.8	19.9	32.9	25.9	14.3	1.2	100
	MAI 78	5.8	20.7	34.3	25.0	13.2	.9	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES
 IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN
 IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

A VOTRE AVIS, AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS, LA SITUATION FINANCIERE DE VOTRE MENAGE DEVRAIT-ELLE?

1. S'AMELIORER NETTEMENT
2. S'AMELIORER UN PEU
3. RESTER STATIONNAIRE
4. DEVENIR UN PEU MOINS BONNE
5. DEVENIR BEAUCOUP MOINS BONNE
6. NE SAIT PAS

WIE DURFTE SICH IHRER ANSICHT NACH DIE FINANZIELLE LAGE IHRES HAUSHALTS IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN ENTWICKELN?

1. SICH WESENTLICH VERBESSERN
2. SICH ETWAS VERBESSERN
3. IT ETWAS GLEICHBLEIBEN
4. SICH ETWAS VERSCHLECHTERN
5. SICH WESENTLICH VERSCHLECHTERN
6. WEISS NICHT

HOW DO YOU THINK THE FINANCIAL POSITION OF YOUR HOUSEHOLD WILL CHANGE OVER THE NEXT 12 MONTHS?

1. GET A LOT BETTER
2. GET A LITTLE BETTER
3. STAY THE SAME
4. GET A LITTLE WORSE
5. GET A LOT WORSE
6. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	6	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	4.0	20.0	57.0	11.0	2.0	6.0	100
	OCT	77	3.0	17.0	59.0	12.0	2.0	6.0	100
	JAN	78	4.0	19.0	58.0	11.0	2.0	6.0	100
	MAI	78	4.0	18.0	60.0	11.0	2.0	5.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	1.3	11.0	69.3	11.6	1.3	5.3	100
	OCT	77	.9	12.4	70.2	10.1	1.2	4.9	100
	JAN	78	.9	11.9	70.9	10.2	1.5	4.6	100
	MAI	78	.8	12.0	73.6	9.1	1.0	3.6	100
FRANCE	MAI	77	1.6	16.7	61.8	11.6	2.6	5.7	100
	OCT	77	1.7	18.3	62.2	9.7	1.7	6.4	100
	JAN	78	2.0	18.9	61.6	8.0	1.5	8.0	100
	MAI	78	1.9	18.0	61.4	10.6	2.1	6.0	100
IRELAND	MAI	77	1.5	18.6	35.2	20.0	17.9	6.9	100
	OCT	77	2.2	28.9	39.7	13.9	7.2	8.2	100
	JAN	78	2.4	30.9	41.1	12.1	4.8	8.7	100
	MAI	78	2.4	26.8	40.5	16.4	8.3	5.6	100
ITALIA	MAI	77	.6	8.2	56.6	20.7	4.8	9.1	100
	OCT	77	.5	9.0	58.8	19.0	4.3	8.3	100
	JAN	78	.4	8.4	59.6	18.2	3.6	9.8	100
	MAI	78	.9	10.4	60.0	16.1	2.8	9.8	100
NEDERLAND	MAI	77	3.0	17.4	58.9	15.6	2.4	2.8	100
	OCT	77	2.8	13.6	61.1	18.1	1.9	2.5	100
	JAN	78	2.7	18.1	60.6	13.1	2.6	2.9	100
	MAI	78	2.3	14.9	63.3	14.1	1.6	3.9	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	.8	12.3	67.2	12.2	1.0	6.4	100
	OCT	77	1.0	9.4	65.7	15.7	1.7	6.5	100
	JAN	78	.5	10.8	67.4	13.4	1.5	6.4	100
	MAI	78	.9	9.2	67.3	14.7	1.8	6.0	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	2.5	20.1	34.4	24.5	13.3	5.1	100
	OCT	77	4.9	29.1	40.6	14.2	5.7	5.4	100
	JAN	78	5.1	27.6	40.6	14.7	4.7	7.3	100
	MAI	78	4.8	24.8	43.2	17.0	5.0	5.2	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES

IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN

IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 8 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

PENSEZ-VOUS QUE LES GENS AIENT INTERET A FAIRE ACTUELLEMENT DES ACHATS IMPORTANTS (MEUBLES, MACHINES A LAVER, TELEVISION, ETC.)?

1. OUI, LE MOMENT EST PLUTOT FAVORABLE
2. LE MOMENT N'EST PARTICULIEREMENT NI FAVORABLE, NI DEFAVORABLE
3. NON, LE MOMENT EST PLUTOT DEFAVORABLE, IL FAUDRAIT REPORTER L'ACHAT
4. NE SAIT PAS

GLAUBEN SIE, DASS ES ZUR ZEIT RATSAM IST, GROSSERE ANSCHAFFUNGEN (MOBEL, WASCHMASCHINEN, FERNSEHGERATE USW.) ZU TATIGEN?

1. JA, DER AUGENBLICK IST EHER GUNSTIG
2. DER AUGENBLICK IST WEDER BESONDRS GUNSTIG NOCH BESONDERS UNGUNSTIG
3. NEIN, DER AUGENBLICK IST EHER UNGUNSTIG; ES IST BESSER, DEN KAUF AUFZUSCHIEBEN
4. WEISS NICHT

DO YOU THINK THAT THERE IS AN ADVANTAGE FOR PEOPLE TO MAKE MAJOR PURCHASES (FURNITURE, WASHING MACHINES, TV SETS, ETC.) AT THE PRESENT TIME?

1. YES, NOW IS THE RIGHT TIME
2. IT IS NEITHER THE RIGHT TIME NOR THE WRONG TIME
3. NO, IT IS THE WRONG TIME, THE PURCHASE SHOULD BE POSTPONED
4. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	60.0	16.0	17.0	7.0	100
	OCT	77	55.0	19.0	17.0	9.0	100
	JAN	78	56.0	19.0	16.0	9.0	100
	MAI	78	57.0	18.0	17.0	9.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	31.4	47.6	10.3	10.5	100
	OCT	77	33.1	42.3	12.4	11.9	100
	JAN	78	37.7	39.5	11.2	11.6	100
	MAI	78	39.9	40.8	9.4	9.9	100
FRANCE	MAI	77	46.0	25.6	18.3	10.0	100
	OCT	77	44.8	25.8	17.7	11.7	100
	JAN	78	43.8	26.2	18.8	11.2	100
	MAI	78	49.4	25.5	13.7	11.4	100
IRELAND	MAI	77	60.7	11.5	21.6	6.1	100
	OCT	77	57.2	15.1	18.5	9.2	100
	JAN	78	59.4	13.7	17.3	9.6	100
	MAI	78	63.2	15.0	14.7	7.2	100
ITALIA	MAI	77	25.1	26.3	31.6	17.0	100
	OCT	77	21.0	29.5	33.0	16.5	100
	JAN	78	22.7	28.1	32.3	16.9	100
	MAI	78	20.6	31.2	30.3	17.9	100
NEDERLAND	MAI	77	48.2	32.6	14.9	4.3	100
	OCT	77	47.6	34.3	12.9	5.2	100
	JAN	78	47.7	36.8	11.0	4.5	100
	MAI	78	40.2	39.2	12.9	7.8	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	54.4	17.3	14.0	14.3	100
	OCT	77	52.4	18.5	15.3	13.8	100
	JAN	78	54.4	17.8	12.2	15.6	100
	MAI	78	51.0	18.3	13.7	17.0	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	53.7	20.0	20.1	6.2	100
	OCT	77	50.4	24.3	20.1	5.1	100
	JAN	78	53.3	26.2	13.1	7.4	100
	MAI	78	53.5	29.0	12.6	4.9	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES

IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN

IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

EN CONSIDERANT LA SITUATION ECONOMIQUE GENERALE, ESTIMEZ-VOUS QU'IL SOIT RAISONNABLE D'EPARGNER?

1. OUI, CERTAINEMENT
2. OUI, PEUT-ETRE
3. SANS DOUTE QUE NON
4. CERTAINEMENT PAS
5. NE SAIT PAS

GLAUBEN SIE, DASS EN IN ANBETRACHT DER ALLGEMEIN WIRTSCHAFTSLAGE SINNVOLL IST, ZU SPAREN?

1. JA, GEWISS
2. JA, VIELLEICHT
3. WAHRSCHEINLICH NICHT
4. GEWISS NICHT
5. WEISS NICHT

IN VIEW OF THE GENERAL ECONOMIC SITUATION AT THE PRESENT TIME, DO YOU THINK THAT THIS IS A REASONABLE TIME TO SAVE?

1. YES, CERTAINLY
2. YES, PERHAPS
3. PROBABLY NOT
4. CERTAINLY NOT
5. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	37.0	16.0	16.0	28.0	2.0	100
	OCT	77	34.0	18.0	15.0	31.0	2.0	100
	JAN	78	35.0	16.0	17.0	28.0	4.0	100
	MAI	78	34.0	16.0	14.0	32.0	3.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	41.9	28.4	17.2	6.6	5.0	100
	OCT	77	39.1	29.7	17.7	7.3	6.1	100
	JAN	78	34.9	26.9	22.5	11.5	4.2	100
	MAI	78	36.4	27.6	18.7	9.3	8.0	100
FRANCE	MAI	77	25.3	25.7	18.0	25.6	5.4	100
	OCT	77	27.9	25.6	17.5	23.5	5.4	100
	JAN	78	29.3	26.0	17.4	21.4	5.9	100
	MAI	78	27.6	26.0	18.0	22.6	5.8	100
IRELAND	MAI	77	24.5	25.7	18.0	29.9	1.9	100
	OCT	77	24.4	27.7	17.9	27.2	2.8	100
	JAN	78	28.3	29.7	16.5	22.8	2.7	100
	MAI	78	27.4	33.0	15.1	21.8	2.8	100
ITALIA	MAI	77	23.9	18.4	20.0	24.5	13.3	100
	OCT	77	28.1	18.7	17.7	23.4	12.1	100
	JAN	78	26.8	19.5	17.8	23.0	12.9	100
	MAI	78	28.4	18.4	18.9	21.6	12.7	100
NEDERLAND	MAI	77	33.8	17.7	18.0	29.2	1.4	100
	OCT	77	35.5	18.8	18.2	26.4	1.1	100
	JAN	78	37.0	18.3	19.4	24.2	1.1	100
	MAI	78	37.6	18.8	18.3	24.5	.8	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	45.5	21.2	13.5	15.7	4.1	100
	OCT	77	42.1	23.9	14.1	15.8	4.2	100
	JAN	78	43.0	24.6	11.6	17.1	3.7	100
	MAI	78	43.8	23.5	12.3	15.8	4.6	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	10.2	23.7	40.7	20.4	5.1	100
	OCT	77	12.6	26.3	40.6	16.5	3.9	100
	JAN	78	13.4	30.1	40.1	12.4	4.0	100
	MAI	78	11.9	24.9	46.5	13.1	3.5	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES

IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN

IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS

21

QUESTION ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS DES COMMUNAUTES EUROPEENNES
 FRAGE 10 HARMONISIERTE VERBRAUCHERBEFRAGUNG DER EUROPAISCHEN GEMEINSCHAFTEN
 QUESTION HARMONIZED CONSUMER SURVEY OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

PENSEZ-VOUS REUSSIR A METTRE DE L'ARGENT DE COTE DANS LES 12 MOIS QUI VIENNENT?

1. OUI, CERTAINEMENT
2. OUI, PEUT-ETRE
3. SANS DOUTE QUE NON
4. CERTAINEMENT PAS
5. NE SAIT PAS

GLAUBEN SIE, DASS ES IHNEN IN DEN KOMMENDEN 12 MONATEN GELINGEN WIRD, GELD ZU SPAREN?

1. JA, GEWISS
2. JA, VIELLEICHT
3. WAHRSCHEINLICH NICHT
4. GEWISS NICHT
5. WEISS NICHT

OVER THE NEXT 12 MONTHS DO YOU THINK THAT YOU WILL MANAGE TO SAVE SOME MONEY?

1. YES, CERTAINLY
2. YES, PERHAPS
3. PROBABLY NOT
4. CERTAINLY NOT
5. DON'T KNOW

OPINIONS ANSICHTEN OPINIONS			1	2	3	4	5	TOTAL INSGESAMT TOTAL
DANMARK	MAI	77	25.0	19.0	21.0	33.0	1.0	100
	OCT	77	24.0	18.0	20.0	37.0	1.0	100
	JAN	78	26.0	17.0	18.0	38.0	1.0	100
	MAI	78	25.0	16.0	22.0	36.0	1.0	100
B.R. DEUTSCHLAND	MAI	77	44.0	28.6	14.2	9.2	3.3	100
	OCT	77	42.0	27.5	14.7	9.8	4.6	100
	JAN	78	43.9	26.9	15.6	9.8	3.8	100
	MAI	78	43.2	28.3	15.5	8.4	4.6	100
FRANCE	MAI	77	9.6	24.2	25.4	38.0	2.8	100
	OCT	77	10.0	23.7	23.9	39.4	3.0	100
	JAN	78	11.3	25.4	24.8	34.4	4.1	100
	MAI	78	10.6	23.4	25.7	36.6	3.7	100
IRELAND	MAI	77	12.2	27.8	23.4	34.0	2.6	100
	OCT	77	14.4	31.5	21.1	30.2	2.8	100
	JAN	78	16.2	31.8	21.1	27.6	3.3	100
	MAI	78	17.0	32.1	20.1	28.5	2.3	100
ITALIA	MAI	77	4.3	20.0	25.6	40.2	9.9	100
	OCT	77	6.1	21.7	23.5	39.6	9.1	100
	JAN	78	5.7	21.9	24.7	38.2	9.5	100
	MAI	78	6.0	24.0	21.6	37.6	10.8	100
NEDERLAND	MAI	77	24.3	26.8	20.4	27.3	1.2	100
	OCT	77	25.2	25.9	19.7	27.6	1.6	100
	JAN	78	27.8	26.7	18.5	25.8	1.2	100
	MAI	78	26.4	28.8	18.4	24.9	1.6	100
BELGIQUE-BELGIE	MAI	77	16.4	30.0	20.3	29.7	3.6	100
	OCT	77	15.7	27.9	19.5	31.7	5.2	100
	JAN	78	16.5	27.3	20.0	32.4	3.8	100
	MAI	78	16.3	22.7	20.4	35.4	5.3	100
UNITED KINGDOM	MAI	77	13.0	29.5	12.7	43.6	1.2	100
	OCT	77	18.5	31.3	11.1	38.0	1.1	100
	JAN	78	20.6	33.2	11.8	32.5	1.9	100
	MAI	78	19.7	34.1	9.5	35.6	1.1	100

EN % DU NOMBRE DE MENAGES INTERROGES

IN % VON DEN GESAMTEN BEFRAGTEN HAUSHALTEN

IN % OF TOTAL INTERVIEWED HOUSEHOLDS